



Universidad
Europea

Recetas

RECETARIO DIGITAL DE
COMIDA COSTARRICENSE

Gracias a Mami, Papi y Herma por motivarme y apoyarme siempre, sin ustedes nada de esto sería posible. A Alon y Chiky, por apoyarme en cada momento y siempre impulsarme a ser mejor. Mi familia feliz, los amo mucho. A Meme, Papiane, Abuelo y Abuela, gracias por transmitirme el amor hacia nuestra gastronomía, cultura y agricultura. Xinia, Ana, Ar, Je, Ange y Tati, por hacerme la persona que soy hoy y estar siempre para mí. Andre, Michi, Jesu, César, Alana, Ana Lucía, Anita, Felipe y Ben por ser los mejores del mundo y estar siempre a mi lado. A Carlos y Dana, por todo el amor y chineos. Por último, a mis compañeros del Master por hacer esta experiencia tan linda, sin ustedes no hubiera sido igual.

**Rece
ticas**

RESUMEN / ABSTRACT

RESUMEN (ES)

La gastronomía tradicional costarricense constituye una manifestación del patrimonio cultural que refleja conocimientos, prácticas e identidades transmitidas entre generaciones. Sin embargo, los cambios en los hábitos de consumo de información y la disminución de la transmisión oral han dificultado el acceso de las nuevas generaciones a estos saberes culinarios. Ante esta problemática, el presente Trabajo Fin de Máster desarrolla una propuesta de diseño para una plataforma digital orientada a la preservación y difusión de recetas tradicionales costarricenses.

La investigación se llevó a cabo mediante la metodología Design Thinking, complementada con una encuesta aplicada a 50 participantes. Los resultados permitieron identificar necesidades relacionadas con la accesibilidad de la información, la organización de los contenidos y la preferencia por experiencias digitales visuales e intuitivas. A partir de estos hallazgos, se diseñó una propuesta que integra experiencia de usuario, identidad visual y patrimonio cultural, con el objetivo de facilitar el aprendizaje y la consulta de recetas tradicionales en un entorno digital contemporáneo.

ABSTRACT (US)

Costa Rican traditional cuisine is a manifestation of cultural heritage that reflects knowledge, practices, and identities passed down through generations. However, changes in information consumption habits and the decline of oral knowledge transmission have limited younger generations' access to these culinary traditions. In response to this challenge, this Master's Thesis develops a design proposal for a digital platform aimed at preserving and promoting traditional Costa Rican recipes.

The research was conducted using the Design Thinking methodology and supported by a survey of 50 participants. The findings revealed needs related to information accessibility, content organization, and preferences for intuitive and visually engaging digital experiences. Based on these insights, a proposal was developed that combines user experience, visual identity, and cultural heritage, with the aim of facilitating the learning and exploration of traditional recipes in a contemporary digital environment.

00.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.Introducción	11
1.1 Introducción personal	13
1.2 Introducción	14
2. Justificación del proyecto	16
3. Objetivos	19
3.1 Objetivo general	20
3.2 Objetivos específicos	21
4. Marco teórico	22
4.1 Patrimonio gastronómico e identidad cultural	24
4.2 La cocina tradicional costarricense	26
4.3 Patrimonio cultural digital y transmisión gastronómica	27
4.4 Experiencia de usuario y diseño centrado en el usuario	29
4.5 Arquitectura de información y diseño editorial digital	30
4.6 Branding cultural e identidad visual	31
4.7 El diseño gráfico como sistema de comunicación	32
estratégica y activismo patrimonial	
4.8 Diseño gráfico como herramienta de mediación cultural	34
5. Benchmark	35
5.1 Food	37
5.2 Giallo zafferano	38
5.3 Recetas de Costa Rica	39
5.3 Recetas Costa Rica	40
5.4 Fogón futuro	41
6. Metodología	43
6.1 Empatizar con el público objetivo	45
6.2 Definir	47
6.2.1 Naming	48
6.2.2 Valores	49
6.2.3 Tono de voz	49
6.2.4 Sitemap	50
6.3 Ideación	51
6.3.1 Sinéctica	52
6.3.2 Brainstorm	54
6.4 Prototipar	57
6.5 Validar	60

7. Resultados encuestas	63
7.1 Encuestas	64
7.2 Validar	68
8. Identidad de marca	69
8.1 Logo	70
8.2 Tamaños mínimos	72
8.3 Área de respiro	73
8.4 Usos incorrectos	74
8.5 Paleta de color	75
8.6 Tipografía	76
8.7 Patrones	77
8.8 Ilustraciones	78
8.9 UI Kit	79
9. Prototipo	80
10. Discusión	87
11. Limitaciones	90
12. Conclusiones	92
13. Bibliografía	94

00.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Food
Figura 2.	Giallo Zafferano
Figura 3.	Recetas de Costa Rica
Figura 4.	Recetas Costa Rica
Figura 5.	Fogón Futuro
Figura 6.	Análisis Benchmark
Figura 7.	User Persona
Figura 8.	Diseño de brief
Figura 9.	Sitemap
Figura 10.	Sinéctica
Figura 11.	Brainstorming
Figura 12.	Prototipo a papel
Figura 13.	Wireframes
Figura 14.	Validar fase inicial
Figura 15.	Tabla tareas prueba
Figura 16.	Frecuencia cocinar en casa
Figura 17.	Principal fuente de información
Figura 18.	Frustración al cocinar algo nuevo
Figura 19.	Identificación con cocina tradicional costarricense
Figura 20.	Razón no cocinar platos tradicionales costarricenses
Figura 21.	Funciones salvavidas
Figura 22.	Estilo visual
Figura 23.	Utilidad
Figura 24.	Estilo visual
Figura 25.	Navegación plataforma
Figura 26.	Información
Figura 27.	Claridad
Figura 28.	Datos culturales
Figura 29.	Receticas
Figura 30.	Opinión
Figura 31.	Dificultades
Figura 32.	Mejoras
Figura 33.	Bocetos logo
Figura 34.	Logo
Figura 35.	Logo secundario
Figura 36.	Tamaños mínimos
Figura 37.	Área de respiro
Figura 38.	Usos incorrectos
Figura 39.	Paleta de color principal
Figura 40.	Paleta de color secundaria
Figura 41.	Patrones
Figura 42.	Ilustraciones

01.

INTRODUCCIÓN



1.1 INTRODUCCIÓN PERSONAL

Desde pequeña, la comida ha sido mucho más que una necesidad o una rutina; ha sido el espacio donde mi familia se reúne, conversa y fortalece sus vínculos. Alrededor de la mesa compartimos historias, tradiciones y recuerdos que han hecho de la gastronomía una parte fundamental de mi vida.

De la misma manera, crecí conectada con la cultura costarricense. Más allá de haber vivido toda mi vida en Costa Rica, mi familia siempre procuró transmitir y preservar nuestras tradiciones, costumbres y la importancia de conocer nuestras raíces. Gracias a ello, aprendí a valorar la identidad cultural como algo que se construye y se mantiene a través de las pequeñas experiencias cotidianas.

Además, haber crecido con un abuelo agricultor me permitió comprender desde muy joven el valor de la agricultura y el esfuerzo que existe detrás de cada ingrediente que llega a nuestra mesa. Esta

cercanía me enseñó la importancia de conocer el origen de los alimentos, reconocer el trabajo de los productores locales y entender la estrecha relación entre la gastronomía, la agricultura y la identidad cultural de un país.

La unión de estos tres aspectos se convirtió en la principal inspiración para desarrollar este Trabajo de Fin de Máster. Con este proyecto busco crear una plataforma que permita a los jóvenes adultos acercarse a la cocina tradicional costarricense de una manera práctica, contemporánea y accesible, para que, incluso quienes no crecieron en estas tradiciones, puedan descubrir, valorar y mantener vivas algunas de las bases más importantes de la identidad costarricense.

*Francisco Brenes,
2010.*



1.2 INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la transición del formato físico a lo digital ha transformado los mecanismos de preservación y consumo de la cultura. Este cambio no solo afecta a la accesibilidad a la información, sino también a la manera en que las sociedades interactúan con sus propias tradiciones.

En este contexto, la gastronomía costarricense, un pilar fundamental de la identidad nacional que sintetiza historia, biodiversidad y conocimiento agrícola, enfrenta el desafío de adaptarse a formatos digitales sin perder su esencia. Los recetarios han evolucionado hacia plataformas interactivas que demandan una mayor coherencia entre la funcionalidad técnica y la narrativa cultural.

El proyecto propone el diseño de una plataforma digital de gastronomía costarricense y su identidad de marca, dirigida específicamente a jóvenes adultos (Gen Z y millennials). Este público, si bien posee una alta alfabetización digital, experimenta una creciente desconexión con los procesos de la cocina tradicional y el origen de los ingredientes cultivados por agricultores locales. Por lo tanto, la plataforma no solo busca ser un repositorio de recetas, sino un espacio que visibilice el vínculo entre el territorio, el productor y el consumidor final.

*Fuente Propia,
2018.*





A través de un enfoque basado en el diseño gráfico digital y la experiencia de usuario, el proyecto busca democratizar el acceso al patrimonio culinario costarricense tanto a nivel nacional como internacional. El objetivo es transformar la percepción de la cocina tradicional, presentándola como una práctica accesible y significativa que, lejos de ser obsoleta, se posiciona como una herramienta de reafirmación identitaria en un mundo globalizado.



AdobeStock_1985987834

02.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La gastronomía es reconocida como patrimonio cultural inmaterial, ya que refleja las prácticas y conocimientos que las comunidades identifican como parte de su historia. En el contexto costarricense, este patrimonio está vinculado al sector agrícola, donde productos como el café, el banano y la piña constituyen ejes fundamentales de la producción nacional y la base de la cocina tradicional (SEPSA, 2025).

No obstante, existe una problemática: la invisibilización del origen de estos insumos en los entornos digitales actuales. Aunque el consumo de contenido gastronómico en internet es masivo, la mayoría de las plataformas priorizan la inmediatez visual, apartando la dimensión cultural y el valor del trabajo del agricultor.

Esta desconexión cobra mayor relevancia al considerar la crisis del sector agropecuario. La participación de la agricultura en el Producto Interno Bruto (PIB) de Costa Rica ha disminuido significativamente, pasando de un 13% en 1994 a un 3,3% en 2025 (BCCR, 2025). Esto no solo afecta a la economía, sino que también impacta directamente en la gastronomía costarricense y en la pérdida de tradiciones ligadas a la tierra.

En este contexto, surge una oportunidad para que el diseño gráfico digital actúe como mediador y reconecte a las nuevas generaciones con la cultura gastronómica del país. El problema central que aborda este trabajo es la falta de plataformas digitales que logren equilibrar la practicidad operativa que demandan los jóvenes (Gen Z y millennials) con la profundidad cultural de la cocina tradicional. Los usuarios actuales buscan eficiencia y una navegación intuitiva, pero al mismo tiempo manifiestan una necesidad de conectar con sus raíces de forma

auténtica. Al no existir soluciones que integren coherentemente la receta con su contexto agrícola y una identidad visual contemporánea, se desaprovecha la oportunidad de convertir el acto de preservación cultural.

El proyecto se justifica por la urgencia de utilizar el diseño estratégico como una herramienta de difusión cultural. Al desarrollar una propuesta visualmente sólida y funcionalmente accesible, se busca no solo documentar recetas, sino generar un impacto positivo en la percepción social del patrimonio costarricense y su sector agrícola. La plataforma digital resultante se planteó como un sistema de comunicación que conectaba el territorio, la cultura y la experiencia de usuario en un formato significativo para la era actual.



AdobeStock_466306340.



Francisco Brenes,
2010.

03.

OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una plataforma digital de gastronomía costarricense para jóvenes adultos (Gen Z y millennials) que integre la identidad cultural y el origen de los ingredientes en una experiencia de cocina práctica, accesible y contemporánea.



AdobeStock_462489602



Fuente Propia, 2023.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Investigar las barreras de consumo de la cocina tradicional en jóvenes adultos, así como los ingredientes clave de la producción nacional.

Estructurar la arquitectura de información y flujo de navegación para garantizar una experiencia de usuario práctica y funcional.

Desarrollar una identidad visual contemporánea que reinterprete la estética tradicional costarricense para conectar con las tendencias visuales actuales.

Prototipar y validar la interfaz de usuario del recetario digital, integrando el contenido gastronómico, el origen de los ingredientes y la narrativa cultural en una experiencia significativa.

04.

MARCO
TEÓRICO



4.1 PATRIMONIO GASTRONÓMICO E IDENTIDAD CULTURAL

La gastronomía se entiende como una manifestación cultural que refleja la historia, identidad y evolución de una sociedad. Más allá de su función alimentaria, la cocina tradicional actúa como un sistema cultural que evidencia los valores, las relaciones sociales y la interacción de una comunidad con su entorno natural. (Ministerio de Cultura y Juventud (s. f.)).

La UNESCO (2003) reconoce que las prácticas culinarias forman parte del patrimonio cultural inmaterial cuando son identificadas por las comunidades como elementos constitutivos de su identidad colectiva. Este patrimonio no se limita a las recetas o a los productos alimenticios, sino que incluye conocimientos sobre técnicas de cultivo, formas de preparación, celebraciones, rituales y significados culturales asociados a la alimentación.

Desde una perspectiva contemporánea, el patrimonio gastronómico debe entenderse como un fenómeno dinámico que evoluciona constantemente en respuesta a transformaciones sociales, económicas y tecnológicas. La preservación del patrimonio culinario no implica mantener prácticas estáticas, sino garantizar que los conocimientos asociados a estas continúen siendo relevantes y accesibles para las nuevas generaciones.

Diferentes estudios recientes han demostrado que la gastronomía funciona como un mecanismo de identificación

capaz de fortalecer el sentido de pertenencia cultural. Lin, Marine-Roig y Llonch-Molina (2021) sostienen que la alimentación es uno de los elementos más efectivos para transmitir valores culturales y reforzar la memoria colectiva, ya que conecta experiencias cotidianas con narrativas históricas y territoriales.

En Costa Rica, la cocina tradicional refleja la diversidad biológica y cultural del país. Ingredientes como el maíz, los frijoles, el café, el banano y diversas frutas tropicales forman parte de una tradición culinaria construida a partir de la relación entre las comunidades y los recursos disponibles en su territorio. Como señala Sedó Masis (2015), la cocina costarricense representa una síntesis de conocimientos agrícolas, costumbres familiares y prácticas sociales que contribuyen a la construcción de la identidad nacional.

Sin embargo, la globalización de los hábitos alimentarios y el predominio de formas de consumo rápidas han generado un distanciamiento progresivo entre las nuevas generaciones y muchas prácticas culinarias tradicionales. Este fenómeno plantea la necesidad de desarrollar estrategias que permitan transmitir el patrimonio gastronómico utilizando los canales y formatos de comunicación contemporáneos.

Desde esta perspectiva, el proyecto entiende la gastronomía costarricense como un patrimonio vivo cuya preservación depende de su capacidad para adaptarse a los hábitos digitales actuales. La plataforma busca contribuir a este proceso con la creación de experiencias que permitan a los usuarios conocer no solo las recetas tradicionales, sino también el contexto cultural, territorial y humano que les da origen.



*Fuente Propia,
2024.*

4.2 LA COCINA TRADICIONAL COSTARRICENSE

La cocina tradicional costarricense es una expresión cultural que integra conocimientos, prácticas sociales, recursos naturales y formas de transmisión intergeneracional a lo largo de la historia del país. Más allá de la preparación de alimentos, representa un sistema cultural complejo donde coinciden elementos relacionados con la identidad, la memoria colectiva, el territorio y las dinámicas productivas locales.

De acuerdo con Sedó Masis (2015), la cocina patrimonial costarricense puede entenderse como el resultado de una acumulación histórica de saberes vinculados a ingredientes, técnicas culinarias y formas de convivencia que han contribuido a la construcción de la identidad nacional. La preparación de alimentos tradicionales no solo responde a necesidades nutricionales, sino que constituye una práctica social mediante la cual se transmiten conocimientos, valores y tradiciones entre generaciones.

Los cambios sociales y tecnológicos de las últimas décadas han transformado la relación de las nuevas generaciones con la cocina tradicional. La globalización alimentaria, los estilos de vida cada vez más acelerados y el uso creciente de medios digitales han influido en la manera en que las personas aprenden, preparan y consumen alimentos. Tradicionalmente, gran parte de los conocimientos culinarios se transmitían dentro del entorno familiar

mediante la observación y la práctica cotidiana; sin embargo, estas dinámicas han perdido protagonismo en muchos hogares. Como consecuencia, aunque numerosos platos tradicionales continúan siendo valorados como parte de la identidad cultural costarricense, su preparación es menos frecuente y, en algunos casos, se percibe como un proceso complejo o poco compatible con las rutinas actuales.

Esto refleja una diferencia entre el reconocimiento cultural de la gastronomía tradicional y su presencia en la vida cotidiana. Frente a este escenario, resulta necesario explorar nuevas formas de transmisión que permitan acercar estos conocimientos a las generaciones actuales a través de los medios que utilizan habitualmente. En este contexto, las plataformas digitales ofrecen una oportunidad para facilitar el acceso a recetas, técnicas e información cultural mediante formatos visuales, organizados e interactivos. Además de apoyar el aprendizaje culinario, estas herramientas pueden contribuir a la preservación y difusión de conocimientos que forman parte del patrimonio gastronómico costarricense.

4.3 PATRIMONIO CULTURAL DIGITAL Y TRANSMISIÓN GASTRONÓMICA

La transformación digital ha modificado las formas en que las sociedades producen, distribuyen y consumen conocimiento cultural. En este contexto surge el concepto de patrimonio cultural digital, entendido como el conjunto de recursos, experiencias y contenidos culturales que son preservados, interpretados y difundidos mediante tecnologías digitales.

Durante las últimas décadas, la digitalización del patrimonio ha dejado de centrarse exclusivamente en la conservación de documentos o archivos para orientarse hacia la creación de experiencias participativas e interactivas. Según Lian y Xie (2024), las investigaciones más recientes sobre patrimonio digital destacan la importancia de diseñar plataformas que faciliten la participación activa de los usuarios y promuevan procesos de apropiación cultural.

Esta evolución es relevante para la gastronomía, ya que el patrimonio culinario no puede preservarse únicamente mediante registros documentales. A diferencia de otros bienes culturales, las prácticas gastronómicas requieren ser ejecutadas, experimentadas y transmitidas para garantizar su continuidad. Por ello, la digitalización de recetas debe entenderse como un proceso de mediación cultural y no simplemente como la transferencia de información a un formato digital.





Zhang y Xu (2024) sostienen que las experiencias digitales relacionadas con el patrimonio cultural son más efectivas cuando integran narrativas capaces de conectar emocionalmente con los usuarios. La incorporación de historias, contextos y elementos identitarios favorece la comprensión del valor cultural de los contenidos y aumenta el nivel de participación de las audiencias.

Las investigaciones recientes también señalan que las experiencias digitales pueden fortalecer el interés por las prácticas culturales fuera de los entornos virtuales. He y Qin (2024) demostraron que las plataformas digitales patrimoniales incrementan la intención de los usuarios de participar posteriormente en experiencias culturales reales cuando logran establecer conexiones emocionales significativas.

En consecuencia, el proyecto no concibe el recetario digital como una simple colección de recetas, sino como una plataforma de transmisión cultural. La incorporación de información sobre productores locales, ingredientes autóctonos, temporalidad agrícola y contexto histórico responde a la necesidad de construir una experiencia que contribuya a la preservación activa del patrimonio gastronómico costarricense.

4.4 EXPERIENCIA DE USUARIO Y DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

La experiencia de usuario (UX) se refiere al conjunto de percepciones, emociones y respuestas que experimenta una persona al interactuar con un producto, servicio o sistema digital. Según la norma ISO 9241-210 (2019), el diseño centrado en las personas busca optimizar la interacción mediante la comprensión profunda de las necesidades, expectativas y comportamientos de los usuarios.

El desarrollo de experiencias digitales efectivas requiere comprender que la usabilidad constituye únicamente una parte de la experiencia global. Aunque aspectos como la facilidad de navegación y la eficiencia son fundamentales, también deben considerarse factores emocionales, cognitivos y contextuales que influyen en la percepción del usuario.

Norman (2013) señala que las personas prefieren sistemas que reduzcan el esfuerzo mental necesario para completar una tarea. Cuando una interfaz resulta compleja o confusa, los usuarios experimentan frustración y disminuye su disposición a continuar utilizando el producto. Por esta razón, uno de los objetivos fundamentales del diseño centrado en las personas consiste en minimizar la carga cognitiva y facilitar la comprensión de los procesos.

En el contexto específico de las plataformas gastronómicas, esta necesidad adquiere una importancia aún mayor. Los usuarios no interactúan con la interfaz únicamente para obtener información, sino para realizar una actividad práctica simultánea: cocinar. Por ello,

la organización visual de las recetas, la claridad de las instrucciones y la facilidad de navegación influyen directamente en la experiencia culinaria.

Las investigaciones contemporáneas sobre la interacción con lo digital destacan que las experiencias más satisfactorias son aquellas que combinan funcionalidad, accesibilidad y valor emocional. Ferreira y Venturelli (2022) señalan que el diseño centrado en las personas debe considerar no sólo la eficiencia operativa de una interfaz, sino también su capacidad para generar experiencias significativas y memorables.

Estudios recientes en patrimonio digital demuestran que la continuidad de uso de una plataforma cultural depende en gran medida de la calidad de la experiencia de usuario. Zheng et al. (2024) identificaron que factores como la facilidad de uso, el valor percibido y la conexión emocional tienen una influencia directa en la intención de los usuarios de seguir interactuando con contenidos patrimoniales digitales.

La experiencia de usuario se convierte en un elemento estratégico para facilitar el acceso al patrimonio gastronómico mediante estructuras de navegación intuitivas, sistemas de filtrado eficientes y contenidos organizados de manera clara y comprensible.

4.5 ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN Y DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

La arquitectura de la información se define como la disciplina encargada de organizar, estructurar y presentar contenidos de manera que los usuarios puedan encontrar información y completar tareas de forma eficiente. Rosenfeld, Morville y Arango (2015) sostienen que una arquitectura de información efectiva permite reducir la complejidad de los sistemas digitales y mejorar significativamente la experiencia de navegación.

En plataformas con grandes volúmenes de contenido, como los recetarios digitales, la organización de la información adquiere una relevancia fundamental. Los usuarios necesitan localizar rápidamente recetas, ingredientes, tiempos de preparación y contenidos complementarios sin experimentar sobrecarga informativa.

El diseño editorial digital complementa esta función al establecer los principios visuales que organizan y jerarquizan la información dentro de la interfaz. Müller-Brockmann (2012) señala que los sistemas de retícula permiten construir estructuras coherentes capaces de facilitar la comprensión de contenidos complejos mediante relaciones visuales claras.

Lupton (2014) destaca que la tipografía no debe entenderse únicamente como un recurso estético, sino como una herramienta de navegación capaz de orientar la lectura, establecer prioridades y construir relaciones jerárquicas entre distintos niveles de información.

En el ámbito gastronómico, la arquitectura de información y el diseño editorial cumplen una doble función. Por un lado, deben facilitar la ejecución práctica de las recetas mediante instrucciones claras y secuenciales. Por otro, deben permitir la incorporación de contenidos culturales complementarios sin comprometer la eficiencia de la experiencia de usuario.

Esta necesidad resulta especialmente relevante para el proyecto, cuyo objetivo consiste en equilibrar funcionalidad y profundidad cultural. La organización visual de la plataforma debe permitir que la información relacionada con agricultores, ingredientes y tradiciones culinarias tenga una presencia significativa dentro de la experiencia sin interferir con la consulta rápida de las recetas.

4.6 BRANDING CULTURAL E IDENTIDAD VISUAL

La identidad de marca es un sistema estratégico de significados que permite comunicar los valores, personalidad y propósito de una organización o proyecto. Aaker (1996) define la identidad de marca como el conjunto de asociaciones que una entidad aspira a construir en la mente de sus públicos con el fin de generar reconocimiento, diferenciación y confianza.

En proyectos vinculados al patrimonio cultural, la identidad visual adquiere una dimensión adicional, ya que actúa como mediadora entre tradición y contemporaneidad. La construcción de una marca cultural representa elementos identitarios sin recurrir a simplificaciones, estereotipos o representaciones superficiales.

Kapferer (2012) sostiene que las marcas contemporáneas funcionan como sistemas de significados capaces de construir relaciones emocionales con sus usuarios. Desde esta perspectiva, la identidad visual no solo cumple una función de reconocimiento, sino que contribuye activamente a la construcción de experiencias y narrativas compartidas.

La norma ISO 20671 (2019) refuerza esta visión al señalar que la gestión estratégica de marca debe considerar tanto elementos visuales como valores, experiencias y percepciones generadas en los usuarios.

En el contexto de plataformas digitales orientadas a públicos jóvenes, la identidad visual desempeña un papel fundamental en la percepción de relevancia y accesibilidad del contenido. Una representación excesivamente tradicional puede generar distancia con los usuarios contemporáneos, mientras que una estética desvinculada del contexto cultural puede comprometer la autenticidad del proyecto.

Por esta razón, la propuesta de identidad visual desarrollada para este proyecto busca reinterpretar elementos asociados a la cultura costarricense mediante códigos gráficos contemporáneos. El objetivo no consiste en reproducir símbolos tradicionales de manera literal, sino en construir una experiencia visual capaz de conectar emocionalmente con nuevas generaciones sin perder el vínculo con el patrimonio gastronómico nacional.

Fuente Propia, 2018.



4.7 EL DISEÑO GRÁFICO

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

El diseño gráfico contemporáneo ha evolucionado significativamente desde una visión centrada exclusivamente en la producción estética hacia una disciplina estratégica orientada a la comunicación, la construcción de significado y la transformación social. Actualmente, el diseño se entiende como un sistema de comunicación capaz de organizar información, influir en percepciones y facilitar la relación entre las personas y su entorno cultural.

Según Frascara (2004), el diseño gráfico constituye una actividad comunicativa cuyo propósito principal es generar comprensión y promover acciones específicas en los usuarios. Desde esta perspectiva, el valor del diseño no reside únicamente en su apariencia visual, sino en su capacidad para transmitir mensajes de forma efectiva y producir cambios en el comportamiento, las actitudes o el conocimiento de las personas.

En el contexto del patrimonio cultural, esta función adquiere una dimensión particularmente relevante. El diseño puede actuar como una herramienta de visibilización, interpretación y preservación cultural, facilitando el acceso a conocimientos que de otra forma podrían resultar lejanos o poco accesibles para determinados públicos. A través de recursos visuales, narrativos e interactivos, el diseño permite traducir contenidos patrimoniales complejos a formatos comprensibles y significativos para las audiencias contemporáneas.

Esta capacidad conecta con el concepto de activismo patrimonial, entendido como el conjunto de acciones orientadas a promover la valoración, protección y difusión del patrimonio cultural mediante estrategias de comunicación y



COMO SISTEMA DE Y ACTIVISMO PATRIMONIAL



participación social. En este contexto, el diseño deja de desempeñar una función meramente decorativa para convertirse en un agente activo dentro de los procesos de preservación cultural.

Las investigaciones recientes sobre patrimonio digital destacan que las experiencias culturales más efectivas son aquellas que logran establecer vínculos emocionales entre los usuarios y los contenidos patrimoniales. La construcción de narrativas visuales, sistemas de identidad y experiencias interactivas contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia cultural y a incrementar el interés por prácticas tradicionales que podrían resultar distantes para las nuevas generaciones.

Asimismo, el diseño estratégico permite visibilizar actores frecuentemente invisibilizados dentro de los relatos culturales tradicionales. En el ámbito gastronómico, esto implica reconocer no solo las recetas finales, sino también las historias de agricultores, productores locales, ingredientes autóctonos y comunidades que forman parte de la cadena cultural asociada a la alimentación.

Desde esta perspectiva, el proyecto entiende el diseño gráfico como una herramienta de activismo patrimonial orientada a fortalecer la conexión entre los usuarios y la gastronomía costarricense. La propuesta no busca únicamente facilitar la consulta de recetas, sino contribuir a la valorización del patrimonio gastronómico mediante estrategias de comunicación visual, experiencia de usuario e identidad cultural que promuevan una mayor conciencia sobre la importancia de preservar estos conocimientos para las generaciones futuras.

4.8 DISEÑO GRÁFICO COMO HERRAMIENTA DE MEDIACIÓN CULTURAL

Durante las últimas décadas, el diseño ha evolucionado desde una disciplina centrada principalmente en la producción de objetos visuales hacia una práctica orientada a la construcción de significado y la resolución de problemas sociales. Frascara (2004) plantea que el diseño debe entenderse como una actividad comunicativa cuyo propósito consiste en facilitar la comprensión y mejorar la relación entre las personas y su entorno.

Esta perspectiva resulta especialmente relevante en contextos vinculados al patrimonio cultural, donde el diseño puede actuar como un mecanismo de mediación capaz de traducir conocimientos complejos a formatos accesibles para distintos públicos. Su función no se limita a representar contenidos, sino que contribuye activamente a la manera en que estos son interpretados, comprendidos y apropiados por los usuarios.

Manzini (2015) sostiene que el diseño contemporáneo posee la capacidad de conectar comunidades, experiencias y sistemas de conocimiento mediante soluciones centradas en las personas. En consecuencia, el diseño puede convertirse en una herramienta estratégica para fortalecer la participación cultural y promover nuevas formas de interacción con el patrimonio.

Las investigaciones recientes en patrimonio digital refuerzan esta idea al demostrar que las experiencias culturales más exitosas son aquellas que integran diseño, narrativa y participación del usuario. Capece et al. (2024) concluyen que la calidad de las experiencias culturales digitales depende en gran medida de la capacidad del diseño para generar conexiones significativas entre las personas y los contenidos patrimoniales.

El proyecto entiende el diseño gráfico digital como una herramienta de mediación cultural orientada a fortalecer la relación entre los usuarios y la gastronomía costarricense. La plataforma propuesta no busca únicamente facilitar el acceso a recetas tradicionales, sino construir experiencias capaces de generar conocimiento, valoración cultural y sentido de pertenencia mediante la integración de diseño visual, experiencia de usuario y narrativa digital.



AdobeStock_221872009

05.

BENCHMARK

Consiste en un análisis comparativo de plataformas digitales similares al proyecto. El fin es identificar buenas prácticas de diseño que puedan aplicarse al desarrollo del recetario digital.

Fuente Propia, 2018.



4.1 FOOD

Food es una plataforma digital cuyo objetivo es la recopilación de recetas de diferentes tipos de culturas, a través de un contenido generado por los usuarios, fomentando la participación comunitaria. Su público objetivo es amplio y heterogéneo, abarcando personas interesadas en la cocina doméstica sin una segmentación cultural específica.

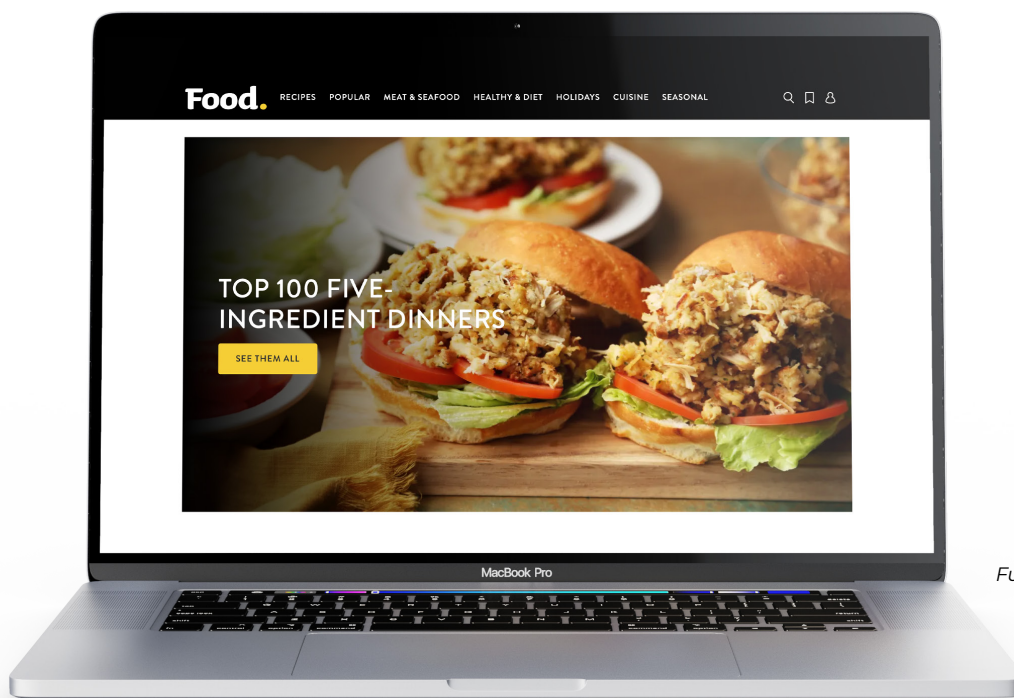
En base a la estructura de navegación, utiliza un sistema de categorías claro que permite a los usuarios encontrar fácilmente las recetas, según ingredientes, estilos de cocina, estación o tipos de plato. En cuanto a la jerarquía visual, el sitio utiliza una clara estructura basada en imágenes de gran tamaño con títulos que facilitan la identificación de las recetas.

Desde la perspectiva de la experiencia de usuario (UX), se destaca por su eficiencia en la búsqueda mediante sistemas de filtrado que permiten localizar recetas de forma rápida e

intuitiva. Entre sus fortalezas se encuentran la claridad en la navegación, la eficiencia operativa y la participación de la comunidad. Sin embargo, como debilidades, se identifica la falta de profundidad cultural y una estética genérica que no refuerza una identidad diferenciada.

Para el proyecto, se incorporó un sistema de interacción comunitaria en el que el usuario no solo calificó la receta por su sabor, sino que también interactuó con el contenido cultural y agrícola de la plataforma. La validación social reforzó la identidad del sistema, ya que los usuarios pudieron compartir consejos sobre el uso de los ingredientes nacionales. Esta decisión busca que la plataforma sea un espacio de construcción colectiva de identidad, donde la tecnología facilite la conexión entre las nuevas generaciones y las raíces del producto local.

Figura 1. Food



Fuente. Elaboración propia (2026) a partir de Food (<https://www.food.com/>)

4.2 GIALLO ZAFFERANO

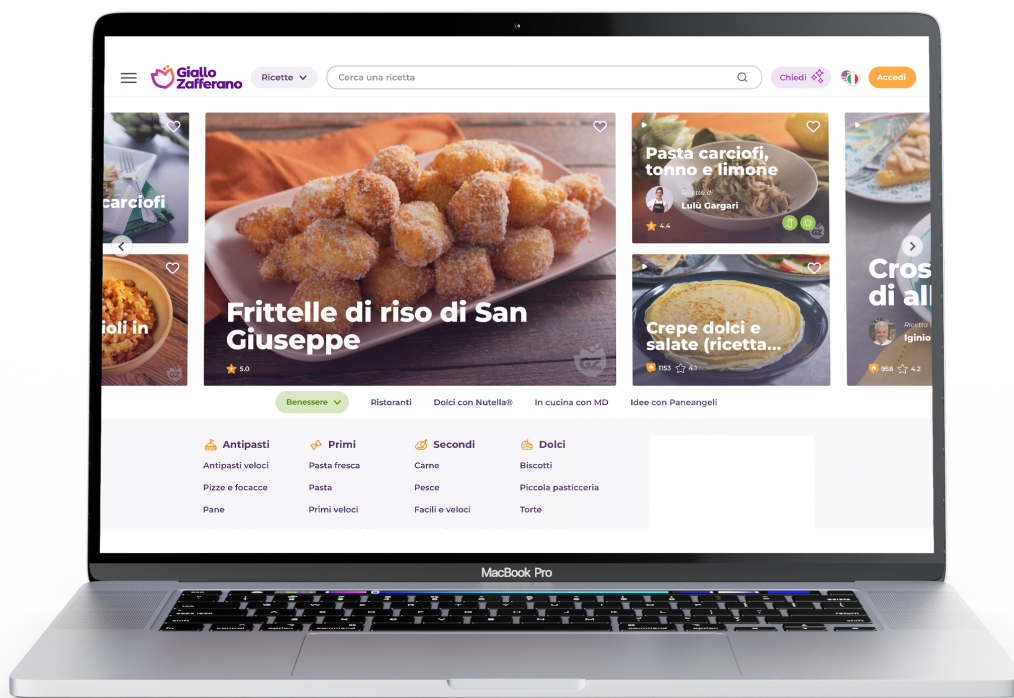
Se trata de una plataforma digital centrada en la difusión de recetas italianas, combinada con contenido editorial y participación de usuarios. Su público objetivo está compuesto por usuarios interesados en la cocina, tanto principiantes como aficionados.

Para la estructura de navegación, organiza sus contenidos por múltiples categorías que permiten al usuario explorar recetas según sus preferencias. La jerarquía visual se basa en imágenes acompañadas de títulos y elementos visuales que ayudan a guiar la navegación. El tono de marca está orientado a una experiencia emocional y social vinculada a la gastronomía italiana. En cuanto al diseño visual, utilizan colores como el morado, naranja y blanco, lo que genera una identidad visual reconocible dentro de la plataforma y mantiene un contraste adecuado.

Se toma como referencia principal en cuanto a arquitectura de información y eficiencia operativa en el sector gastronómico digital. Su plataforma se caracteriza por un diseño centrado en la usabilidad, donde el uso de micro-pasos facilita la preparación de recetas. Sin embargo, su propuesta visual es puramente funcional y no establece una relación clara con el origen del producto, lo que genera una experiencia eficiente pero despersonalizada.

A partir de este análisis, se decidió adoptar su estructura de pasos, pero adaptándola a un enfoque que no omita la dimensión cultural de la receta. La diferencia del proyecto fue incorporar información sobre la trazabilidad del ingrediente dentro de esos mismos micro-pasos, asegurando que la practicidad no elimine el valor educativo patrimonial.

Figura 2. Giallo Zafferano



Fuente.
Elaboración propia
(2026) a partir de
Giallo Zafferano
(<https://www.giallozafferano.it/>)

4.3 RECETAS DE COSTA RICA

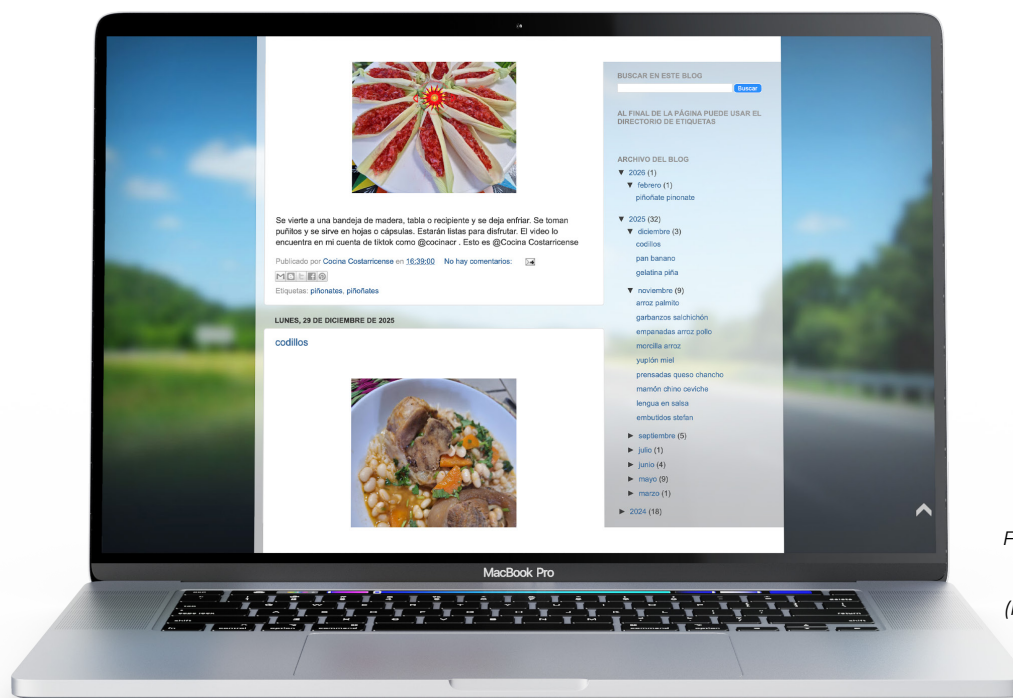
Recetas de Costa Rica es un blog digital cuyo objetivo es compartir recetas tradicionales costarricenses desde una perspectiva personal. Su público objetivo está compuesto por usuarios interesados en la cocina tradicional en un contexto doméstico.

La arquitectura de la información responde a una estructura tipo blog organizada de forma cronológica, con una categorización básica. En cuanto a la identidad visual, carece de un sistema gráfico consolidado, lo que afecta la coherencia visual del sitio. Desde la experiencia de usuario (UX), presenta limitaciones en la navegación debido a la falta de jerarquía visual y organización estructurada del contenido. Entre sus

fortalezas se encuentra la autenticidad del contenido cultural y la cercanía en el tono comunicativo. Sin embargo, como debilidades, se identificaron problemas de usabilidad, falta de estructura clara y una débil identidad visual.

En cuanto al tono de marca, transmite una aproximación personal e informal hacia la cocina costarricense, para conseguir una relación más cercana con el usuario. Se observa una ausencia de identidad visual consolidada, lo que dificulta la construcción de una imagen coherente del proyecto. En cuanto a la usabilidad y accesibilidad, se presentan limitaciones en la organización del contenido y navegación en las recetas.

Figura 3. Recetas de Costa Rica



Fuente. Elaboración propia (2026) a partir de Recetas de Costa Rica (<https://www.recetasdecostarica.com/?m=0>)

4.4 RECETAS

COSTA RICA

Se trata de una plataforma digital dedicada a la difusión de recetas tradicionales costarricenses. Además de compartir recetas, también cuenta con una sección de artículos donde comparten información como los platos más utilizados en épocas festivas, historia de unas recetas y beneficios de algunos ingredientes.

En términos de estructura de navegación, el sitio incluye diferentes categorías que permiten organizar el contenido según el tipo de comida. Sin embargo, la experiencia de usuario presenta limitaciones en la navegación. Esta depende de la intuición del usuario, dificultando la búsqueda eficiente de recetas. En cuanto al diseño visual, utiliza una paleta cromática basada en verde, amarillo y rojo. La aplicación de estos

Figura 4. Recetas Costa Rica



Fuente. Elaboración propia
(2026) a partir de Recetas Costa Rica (<https://www.recetascostarica.com/>)

4.5 FOGÓN FUTURO

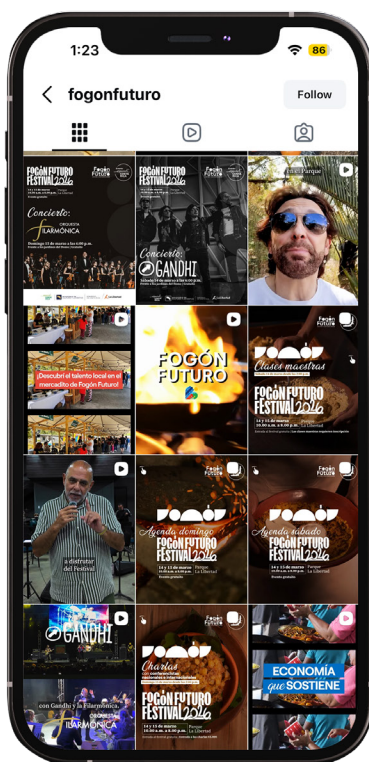
Fogón Futuro es una iniciativa gastronómica por el Ministerio de Cultura y Juventud que combina la cocina tradicional con una visión contemporánea enfocada en valorar los ingredientes locales. Es el referente nacional más sólido en cuanto a la salvaguardia del patrimonio inmaterial y la documentación de la cocina tradicional costarricense.

En términos de tono de marca, se centra en la relación entre gastronomía y cultura, incorporando recursos como el storytelling para destacar el origen de los ingredientes y el trabajo de los productores. Desde la perspectiva del diseño visual, presenta una gráfica cuidada que refuerza este vínculo, con una estética contemporánea. Además,

utiliza una paleta de colores natural y una tipografía legible que facilita la lectura del contenido. Su fortaleza es el rigor de la investigación y el respeto por el conocimiento de las tradiciones, funcionando como un archivo cultural de gran valor.

Para el proyecto, se utilizó Fogón Futuro como base conceptual, pero realizando una traducción visual completa de su contenido. Se diferenció al crear una interfaz de diseño vibrante y contemporáneo, permitiendo que la cultura costarricense sea accesible sin sentirse como un material de estudio académico.

Figura 5. Fogón Futuro



Fuente. Elaboración propia (2026) a partir de Fogón Futuro (<https://www.instagram.com/fogonfuturo/>)

En base al benchmark, se realizó un análisis comparativo que evidencia las plataformas estudiadas. Estas tendían a especializarse en dos enfoques: la eficiencia funcional o la profundidad cultural. Por un lado, plataformas como Food.com y Giallo Zafferano destacan su usabilidad y claridad en la ejecución de recetas, pero presentan una limitada integración del contexto cultural. Por otro lado, iniciativas como Fogón Futuro priorizan la narrativa y el valor patrimonial, aunque carecen de herramientas prácticas para el uso cotidiano.

Las plataformas locales analizadas evidencian debilidades en términos de experiencia de usuario, arquitectura de la información e identidad visual, lo que dificulta el acceso y comprensión del contenido.

A partir de estos hallazgos, se identificó una oportunidad de diseño clara: desarrollar una plataforma que integre de manera equilibrada la funcionalidad operativa con la narrativa cultural. En este sentido, el proyecto propuso como valor añadido una experiencia digital que no solo facilite la preparación de recetas mediante una estructura clara y accesible, sino que también visibilice el origen de los ingredientes y el contexto cultural de la gastronomía costarricense.

Figura 6. Análisis Benchmark

Plataforma	Ventajas	Desventajas
Food.com	Sistema de búsqueda eficiente mediante filtros. Navegación clara y estructurada. Alta participación de usuarios.	Falta de identidad cultural. Estética genérica. Contenido centrado en lo funcional.
Giallo Zafferano	Estructura de recetas en micro-pasos. Alta usabilidad. Identidad visual consistente.	Poca profundidad cultural. Experiencia centrada en la ejecución.
Recetas de Costa Rica	Contenido auténtico y tradicional. Tono cercano.	Baja usabilidad. Falta de jerarquía visual. Identidad visual débil.
Recetas Costa Rica	Integración de contenido gastronómico y cultural. Variedad de información.	Navegación poco intuitiva. Inconsistencia visual. Problemas de accesibilidad.
Fogón Futuro	Alto valor cultural. Narrativa sólida (storytelling). Identidad visual coherente.	Baja funcionalidad práctica. No orientado a la ejecución de recetas.

Fuente. Elaboración propia (2026)

06.

METODOLOGÍA

Se empleó la metodología Design Thinking, ampliamente utilizada en proyectos de diseño por su capacidad para generar soluciones innovadoras centradas en las necesidades de los usuarios. Este enfoque permitió considerar desde el inicio las necesidades de los usuarios y orientar el proceso hacia soluciones pertinentes (Downie, s. f.).

Tim Brown define el Design Thinking como el proceso de entender realmente el problema. Esto se logra a través de comprender al usuario, definir el problema, mejorar las soluciones y detectar errores antes de tiempo (Brown, 2008).

El propósito de este proyecto fue acercar a nuevas generaciones a la gastronomía tradicional costarricense. El público objetivo se definió como jóvenes costarricenses pertenecientes principalmente a la Generación Z y millennials, quienes, a pesar de tener un alto nivel de interacción con entornos digitales, presentan una desconexión progresiva con la cocina tradicional y sus procesos culturales asociados. En este sentido, cada fase del proceso de diseño se adaptó para traducir necesidades emocionales y funcionales en decisiones concretas de interfaz, estructura y experiencia de usuario.



AdobeStock_593926272

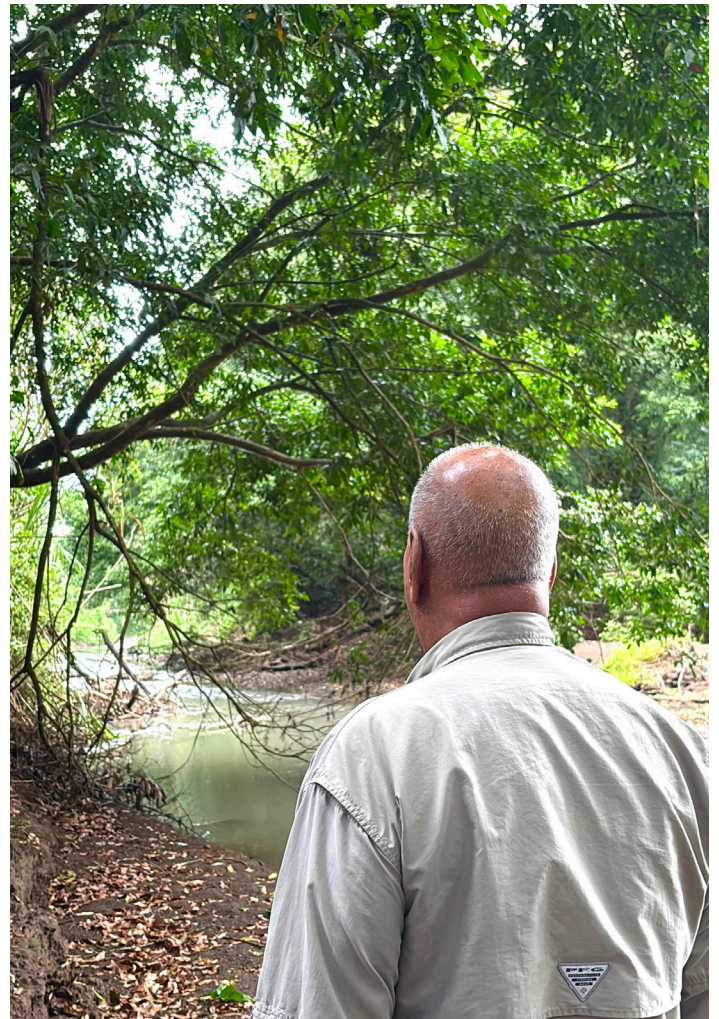
6.1 EMPATIZAR CON EL PÚBLICO OBJETIVO

En la primera fase del Design Thinking se buscó comprender al público objetivo. En esta etapa se buscó identificar sus necesidades, emociones, comportamientos y dificultades con el objetivo de comprender el contexto real en el que se utilizará el recetario digital.

La fase inicial se centró en comprender las barreras emocionales y funcionales que enfrentan los jóvenes costarricenses (Gen Z y millennials) al momento de interactuar con la cocina tradicional. Se establece un perfil de usuario compuesto por personas entre los 18 y 45 años, caracterizadas por un estilo de vida activo, alta exposición a plataformas digitales y una necesidad constante de soluciones prácticas que se adapten a la falta de tiempo.

La investigación primaria se realizó mediante una encuesta cuantitativa elaborada a través de Google Forms, en la cual 50 usuarios respondieron. Esta muestra se selecciona mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la accesibilidad de los participantes y al carácter exploratorio del estudio. Aunque este tipo de muestreo no permite una generalización estadística de los resultados, es adecuado para este tipo de proyectos de diseño, ya que su objetivo principal es la identificación de patrones de comportamiento, necesidades y percepciones que sirvan como base para la toma de decisiones de diseño.

La muestra incluye participantes residentes tanto en Costa Rica como en el extranjero, lo que permite ampliar la perspectiva del estudio e incorporar el análisis de posibles diferencias relacionadas con la distancia geográfica y la desconexión cultural con la gastronomía tradicional. Asimismo, se incluyen usuarios con distintos niveles de experiencia en cocina doméstica y distintos hábitos de consumo de información digital.



Fuente Propia, 2025.

Los criterios de selección consideran principalmente la edad, la familiaridad con herramientas digitales y el interés general por la cocina. Este enfoque permite obtener una visión representativa del público objetivo del proyecto, especialmente en relación con el uso de plataformas digitales para la búsqueda de recetas.

La encuesta se estructura en tres dimensiones principales. La primera corresponde a variables demográficas y geográficas, donde se analiza la ubicación del usuario y su posible influencia en el acceso a ingredientes o conocimiento de la cocina tradicional. La segunda dimensión se centra en los hábitos de consumo digital, evaluando el tipo de plataformas utilizadas para buscar recetas y el nivel de dependencia de formatos rápidos y visuales como redes sociales. La tercera dimensión corresponde a la identificación cultural, donde se mide el nivel de conexión del usuario con la cocina tradicional costarricense y la importancia que otorga al origen de los alimentos y a la figura del agricultor.

A partir de los resultados obtenidos, se identifica que la mayoría de los usuarios mantiene una práctica activa de cocina en el hogar, pero no necesariamente basada en recetas tradicionales. Asimismo, se evidencia una tendencia clara hacia el consumo de contenido digital rápido, lo que influye directamente en la forma en la que esperan encontrar y consumir información culinaria.

Entre los hallazgos más relevantes se observa que la principal barrera no es la falta de interés por la cocina tradicional, sino la percepción de complejidad asociada a las recetas, la dificultad para interpretar instrucciones extensas y la falta de sistemas que organicen la información de forma clara y accesible. También se identifica una fuerte dependencia de fuentes informales como familiares o redes sociales para la consulta de recetas, lo que refuerza la necesidad de una plataforma estructurada y confiable.

A partir de los resultados, se elaboró un User Persona que refleja las necesidades, emociones y comportamiento del público objetivo.

Figura 7. User Persona

VALERIA RODRÍGUEZ

Diseñadora de contenido digital y community manager

Edad: 27 años Ubicación: San José, Costa Rica

A circular portrait of Valeria Rodríguez, a young woman with dark hair, smiling, wearing a light blue shirt. To her left is a small, colorful logo consisting of three interlocking loops in blue, green, and pink.

Objetivos:

Cocinar recetas tradicionales de forma sencilla, y ahorrar tiempo en la preparación diaria. Quiere aprender sin frustración ni complejidad. Para ella es importante mantener conexión con su identidad cultural.

Necesidades:

Valeria necesita una plataforma de recetas clara, visual y fácil de usar que le permita cocinar comida tradicional costarricense sin complicaciones. Busca instrucciones simplificadas paso a paso, filtros por tiempo y opción de guardar recetas.

Frustraciones

- Recetas largas y poco claras
- Falta de apoyo visual en instrucciones
- Percepción de que la cocina tradicional es “complicada”
- Procesos que consumen demasiado tiempo
- Plataformas poco intuitivas o saturadas de información

“ME ENCANTA LA COMIDA TÍPICA COSTARRICENSE, PERO MUCHAS VECES SIENTO QUE LAS RECETAS ESTÁN HECHAS PARA PERSONAS QUE YA SABEN COCINAR. QUIERO ALGO MÁS VISUAL, RÁPIDO Y FÁCIL DE ENTENDER.”

Necesidades:

Experiencia digital clara, visual y mobile-first, con recetas simplificadas, filtros rápidos y opciones de guardado que le permitan cocinar sin fricción desde su smartphone. En su día a día tecnológico, utiliza principalmente el móvil para acceder a redes sociales como Instagram y TikTok, donde consume contenido visual corto, guarda recetas y aprende de forma práctica. En redes sociales, interactúa activamente con contenido gastronómico, valora la estética y la autenticidad, y suele compartir o guardar publicaciones relacionadas con cocina y lifestyle.

Fuente. Elaboración propia (2026)

6.2 DEFINIR

En esta fase se sintetizan los resultados obtenidos en la etapa de empatizar con el objetivo de establecer con claridad el problema de diseño.

Los hallazgos evidencian que la principal barrera para el acercamiento a la cocina tradicional costarricense no está relacionada con la falta de interés, sino con la experiencia de uso de las plataformas actuales y la forma en que se presenta la información. La percepción de recetas extensas, poco estructuradas y con instrucciones poco visuales genera una dificultad directa en la ejecución de los procesos culinarios.

A partir de este análisis, se define el problema de diseño como la necesidad de desarrollar una plataforma digital que facilite el acceso, comprensión y ejecución de recetas tradicionales costarricenses, reduciendo la complejidad percibida por el usuario y al mismo tiempo incorporando el valor cultural asociado al origen de los alimentos, los productores locales y las tradiciones culinarias.

Se desarrolló un brief de diseño como herramienta de guía estratégica para el proyecto, con el objetivo de asegurar coherencia conceptual, visual y funcional durante todo el proceso de diseño.

Figura 8. Diseño de Brief

PROBLEMA

No hay falta de interés, sino falta de accesibilidad en la experiencia de aprendizaje culinario.

Las recetas tradicionales suelen ser vistas como:

- Complejas y extensas
- Poco visuales y difíciles de seguir
- Poco adaptadas a formatos digitales actuales
- Demandantes en tiempo y esfuerzo

Existe una desconexión entre los jóvenes adultos y la cocina tradicional costarricense debido a barreras de experiencia y percepción.

PROPUESTA DE VALOR

Recetas transforma la cocina tradicional costarricense en una experiencia digital accesible, visual y contemporánea, eliminando la complejidad percibida y reconectando a las personas con su identidad gastronómica

PERFIL DE USUARIO

Jóvenes adultos (18–35 años):

- Estudiantes universitarios y jóvenes profesionales
- Acostumbrados a interfaces rápidas, visuales e intuitivas
- Interés en cultura, gastronomía y practicidad

Comportamientos:

- Consumen contenido de forma escaneable
- Priorizan rapidez y claridad
- Prefieren experiencias visuales guiadas

OBJETIVOS

Diseñar una plataforma digital que simplifique y modernice el acceso a recetas tradicionales costarricenses mediante una experiencia visual, intuitiva y culturalmente relevante.

- Reducir la complejidad percibida de las recetas tradicionales
- Facilitar la comprensión mediante instrucciones visuales paso a paso
- Fomentar la conexión cultural a través de contenido contextual

DIRECCIÓN CREATIVA

Reinterpretación contemporánea de la identidad gastronómica costarricense a través de un enfoque digital limpio, vibrante y funcional.

Visuales:

- Estética vibrante inspirada en las tradiciones costarricenses
- Uso de colores saturados equilibrados con tonos neutros
- Interfaz limpia, modular y altamente escaneable
- Diseño centrado en jerarquía visual clara y legibilidad
- Fotografía gastronómica realista, cálida y accesible

Conceptuales:

- Tradición reinterpretada desde lo contemporáneo
- Cultura integrada de forma sutil dentro de la experiencia UX
- Diseño como puente entre identidad cultural y hábitos digitales

Fuente. Elaboración propia (2026)

Dentro de esta etapa también se desarrolló la identidad de marca, incluyendo el proceso de naming, tono de voz y dirección visual del proyecto.

El desarrollo del naming parte de la necesidad de construir una identidad vinculada a la cultura costarricense desde una perspectiva contemporánea, evitando representaciones estereotípicas o clichés visuales y lingüísticos asociados tradicionalmente al país. Para ello, el proceso de selección del nombre se basó en el análisis del público objetivo, las tendencias actuales de comunicación digital y los códigos culturales presentes en el lenguaje cotidiano costarricense.

Como resultado de este proceso, se seleccionó el nombre **“Receticas”**, una propuesta construida a partir del juego lingüístico entre la palabra “recetas” y el sufijo “-ticas”, asociado popularmente al habla costarricense. Este recurso permite generar una identidad cercana, reconocible y culturalmente significativa sin perder un tono fresco y contemporáneo. Además de reforzar la conexión con la identidad local, el naming funciona como un elemento narrativo dentro del sistema de marca, facilitando una comunicación más cálida y accesible con el usuario. Su construcción breve, memorable y fonéticamente amigable también favorece su adaptación a entornos digitales y plataformas sociales.

*Fuente Propia,
2023*

6.2.1

NAMING



6.2.2

VALORES

Los valores definen los principios y atributos que orientan la identidad y comunicación del proyecto. En este caso, los valores buscan transmitir una experiencia cercana, accesible y conectada con la cultura gastronómica costarricense.

Cercana: Busca generar una relación cálida y familiar con el usuario, utilizando una comunicación accesible que facilite la conexión con la cocina tradicional desde una perspectiva contemporánea.

Auténtica: Se valora la representación genuina de la gastronomía costarricense, visibilizando el origen de los ingredientes, las tradiciones culinarias y el trabajo de los productores locales.

Accesible: Prioriza una experiencia clara e intuitiva, simplificando procesos y facilitando el acceso a recetas tradicionales mediante una estructura funcional y comprensible.

Conectora: Entiende que la gastronomía es un patrimonio dinámico que evoluciona con el tiempo. Por ello, propone la reinterpretación contemporánea de la cocina tradicional sin perder su esencia cultural.

Práctica: Responde a las necesidades del usuario actual mediante herramientas que optimizan el tiempo y mejoran la organización durante la experiencia de cocina.

6.2.3

TONO DE VOZ

El tono de voz de la marca se caracteriza por ser **cercano, claro y culturalmente consciente**. La comunicación busca mantener un equilibrio entre lo informativo y lo emocional, evitando un lenguaje excesivamente técnico o institucional.

Utiliza un **tono cálido y amigable** que acompaña al usuario durante la experiencia de navegación y preparación de recetas, facilitando la comprensión de la información mediante mensajes simples y directos.

El tono incorpora elementos narrativos relacionados con la cultura costarricense, reforzando la conexión emocional con el usuario sin caer en representaciones estereotípicas. De esta manera, la comunicación transmite tradición desde una perspectiva contemporánea y accesible para nuevas generaciones.

En el contexto de la interfaz, este tono se refleja mediante instrucciones claras, mensajes breves y un lenguaje positivo que prioriza la cercanía y la facilidad de uso.

6.2.4

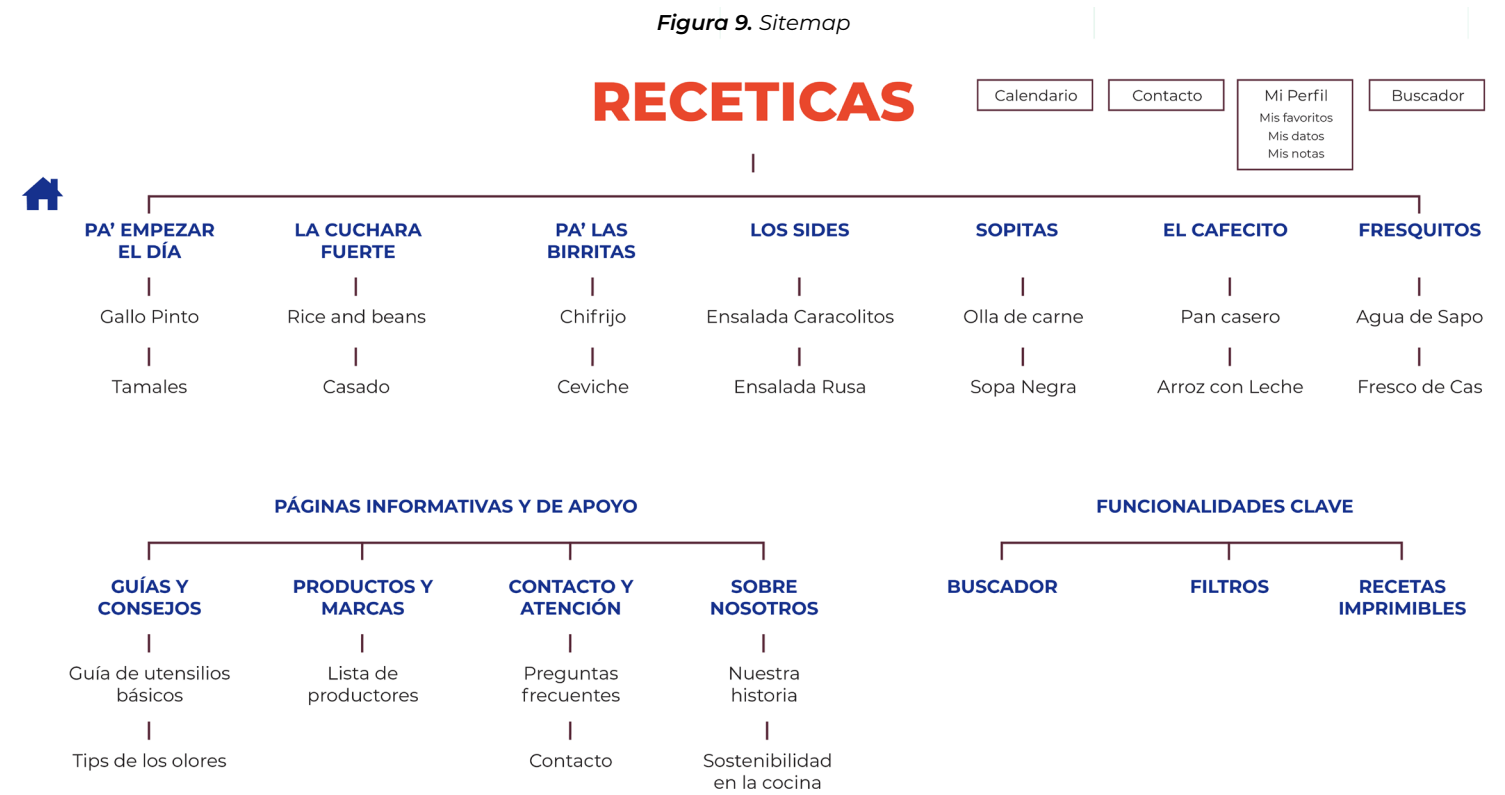
SITEMAP

Se desarrolló un sitemap con el objetivo de organizar el contenido y funcionalidades de la plataforma de manera clara, intuitiva y accesible. Su estructura responde a las necesidades detectadas durante la investigación de usuarios, donde una de las principales problemáticas identificadas fue la dificultad para navegar recetas tradicionales debido a instrucciones extensas, poca organización de la información y exceso de contenido visualmente saturado en otras plataformas.

La página principal se organiza mediante las recetas más conocidas. También muestra las categorías gastronómicas, utilizando nombres cercanos y coloquiales como “Pa’ empezar el día”, “La cuchara fuerte”, “Pa’ las birritas”, “Sopitas” o “El cafecito”. Esta decisión busca reforzar la identidad cultural de la plataforma desde un lenguaje más cotidiano y accesible para el usuario.

Dentro de la estructura se incorporaron páginas informativas y de apoyo orientadas a ampliar el valor cultural y educativo del proyecto, incluyendo secciones relacionadas con consejos de cocina, productores locales y preguntas frecuentes. Se integran funcionalidades clave como buscador, filtros, favoritos y perfil de usuario, diseñadas a partir de los insights obtenidos en la encuesta y enfocadas en optimizar la experiencia de navegación y organización de contenido.

Figura 9. Sitemap



Fuente. Elaboración propia (2026)

6.3 IDEACIÓN

La fase de ideación tiene como objetivo la generación de soluciones a partir de los hallazgos obtenidos en la fase de definición. En este punto del proceso de *Design Thinking*, se buscan alternativas que permitan responder al problema de diseño desde diferentes perspectivas, fomentando la creatividad y la exploración de posibles enfoques antes de su materialización en prototipos.

En esta fase se emplearon dos técnicas principales: la **sinéctica y el brainstorming**, ambas orientadas a la generación divergente de ideas y ampliamente utilizadas en procesos de diseño centrado en el usuario.



AdobeStock_271697926

6.3.1

SINÉCTICA

La sinéctica es una técnica de pensamiento creativo desarrollada por Gordon (1961), basada en la conexión de elementos aparentemente no relacionados con el objetivo de generar nuevas ideas y soluciones innovadoras. Este método se fundamenta en el uso de analogías, tanto directas como simbólicas, para reinterpretar los problemas desde perspectivas no convencionales, favoreciendo la ruptura de patrones de pensamiento habituales.

Según Gordon (1961), la sinéctica permite trasladar problemas complejos a contextos diferentes con el fin de encontrar relaciones ocultas que faciliten la generación de soluciones creativas. En el ámbito del diseño, esta técnica resulta especialmente útil cuando se busca reinterpretar sistemas existentes o transformar experiencias tradicionales en entornos digitales.

De acuerdo con Michalko (2006), el uso de analogías en los procesos creativos permite ampliar el pensamiento asociativo, facilitando la identificación de soluciones más innovadoras y menos lineales. En este sentido, la sinéctica no se centra únicamente en la generación de ideas, sino en la transformación del modo en que el problema es percibido.

Para el proyecto, la aplicación de la sinéctica partió del problema de diseño relacionado con la dificultad de acceso, comprensión y ejecución de recetas tradicionales costarricenses en entornos digitales. A partir de este punto, se establecieron analogías con sistemas como plataformas de streaming, bibliotecas digitales y aplicaciones de aprendizaje, entendidas como estructuras que organizan grandes volúmenes de información de forma accesible, segmentada y personalizada.

Asimismo, se utilizaron analogías con sistemas naturales y culturales, como los mercados tradicionales y los ciclos agrícolas, lo que permitió reinterpretar la cocina como un sistema dinámico vinculado a la temporalidad, la disponibilidad de ingredientes y la identidad territorial. Estas analogías facilitaron la conceptualización de la plataforma como un sistema vivo de transmisión cultural y no únicamente como un repositorio estático de recetas.

El uso de la sinéctica permitió, por tanto, ampliar el enfoque del proyecto hacia una experiencia digital que integra no solo la funcionalidad práctica de consulta de recetas, sino también su dimensión cultural y simbólica.

Figura 10. Sinéctica

¿Cómo facilitar el acceso y aprendizaje de recetas tradicionales costarricenses para usuarios acostumbrados a consumir información digital rápida y visual?

Analogía	Relación con el proyecto	Idea
Plataforma de streaming (Netflix, Spotify)	Organizan grandes cantidades de contenido de forma personalizada y fácil de explorar.	Categorías temáticas, recomendaciones de recetas y sistema de favoritos.
Biblioteca digital	Permite acceder rápidamente a información organizada mediante filtros y clasificaciones.	Sistema de búsqueda avanzada por ingredientes, tiempo de preparación y tipo de platillo.
Mercado del agricultor	Espacio donde se conectan productos, productores y comunidad.	Sección dedicada a ingredientes locales, productores y productos de temporada.
Recetario familiar heredado	Conserva conocimientos transmitidos entre generaciones.	Incorporación de historias, contexto cultural y origen de las recetas tradicionales.
Aplicación educativa	Presenta información de manera progresiva para facilitar el aprendizaje.	Instrucciones paso a paso con apoyo visual para reducir la complejidad percibida de las recetas.
Mapa turístico interactivo	Permite descubrir lugares mediante exploración visual.	Organización de recetas por regiones del país para destacar la diversidad gastronómica costarricense.

Fuente. Elaboración propia (2026)

6.3.2

BRAINSTORM

Se aplicó la técnica de brainstorming como método estructurado de generación de ideas en grupo o de forma individual, con el objetivo de producir un alto volumen de posibles soluciones en un tiempo limitado, sin evaluación inmediata de su viabilidad.

Osborn (1953), quien introduce formalmente esta técnica, plantea que la suspensión del juicio durante la fase inicial de ideación favorece la aparición de ideas más creativas y variadas, ya que reduce las barreras cognitivas asociadas a la autocensura y la evaluación prematura.

En este proyecto, el brainstorming se utilizó para traducir los insights obtenidos en la fase de empatía en posibles funcionalidades y soluciones de diseño para la plataforma digital. A partir de sesiones de generación libre de ideas, se identificaron propuestas relacionadas con la organización del contenido, la experiencia de navegación y la personalización del usuario.

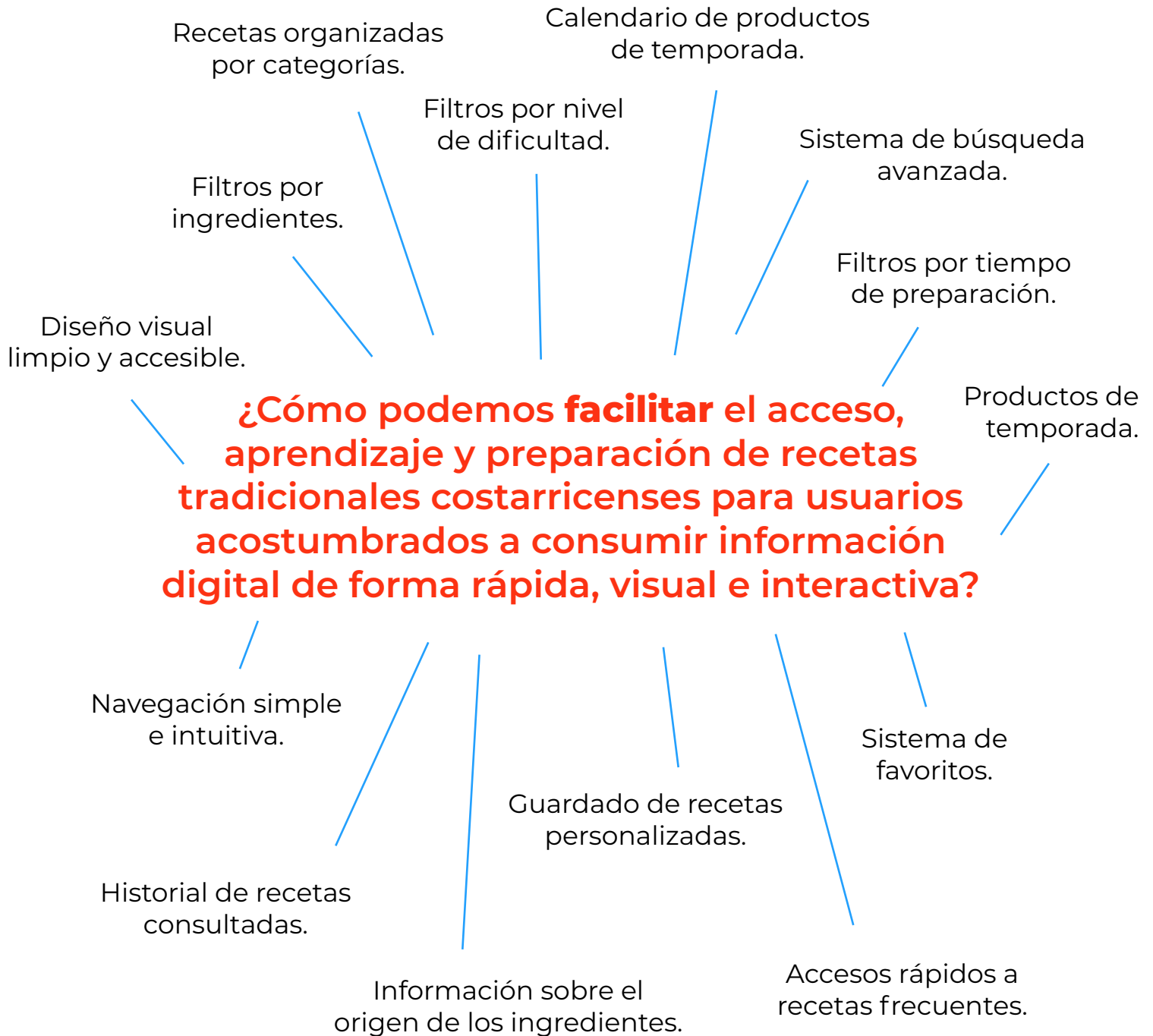
Entre las ideas generadas destacan la posibilidad de clasificar recetas según el tiempo disponible del usuario, la creación de un sistema de filtros por ingredientes, la incorporación de secciones dedicadas a la historia cultural de cada plato, y la inclusión de contenido visual paso a paso para facilitar la comprensión de las recetas.

Asimismo, el brainstorming permitió reforzar la necesidad de una estructura clara y jerarquizada de la información, así como la importancia de reducir la carga cognitiva del usuario mediante interfaces simples, visuales y accesibles.



Fuente Propia, 2025.

Figura 11. Brainstorming



Fuente. Elaboración propia (2026)

La combinación de ambas técnicas de ideación permitió abordar el problema desde perspectivas complementarias: la sinéctica aportó un enfoque más conceptual y metafórico, mientras que el brainstorming facilitó la generación de soluciones concretas y aplicables al diseño de la plataforma.



*Francisco Brenes,
2010.*

6.4 PROTOTIPAR

En la fase de prototipado se analizaron las ideas desarrolladas y se crearon diseños funcionales que permitan visualizar el funcionamiento del recetario digital.

Se inicia definiendo los elementos principales de la identidad del proyecto, como el nombre, logotipo, paleta de colores, tipografía, con el objetivo de construir una identidad coherente que refleje la esencia de la gastronomía costarricense. Se organiza la información del contenido, así como las recetas, los ingredientes y los pasos a seguir.

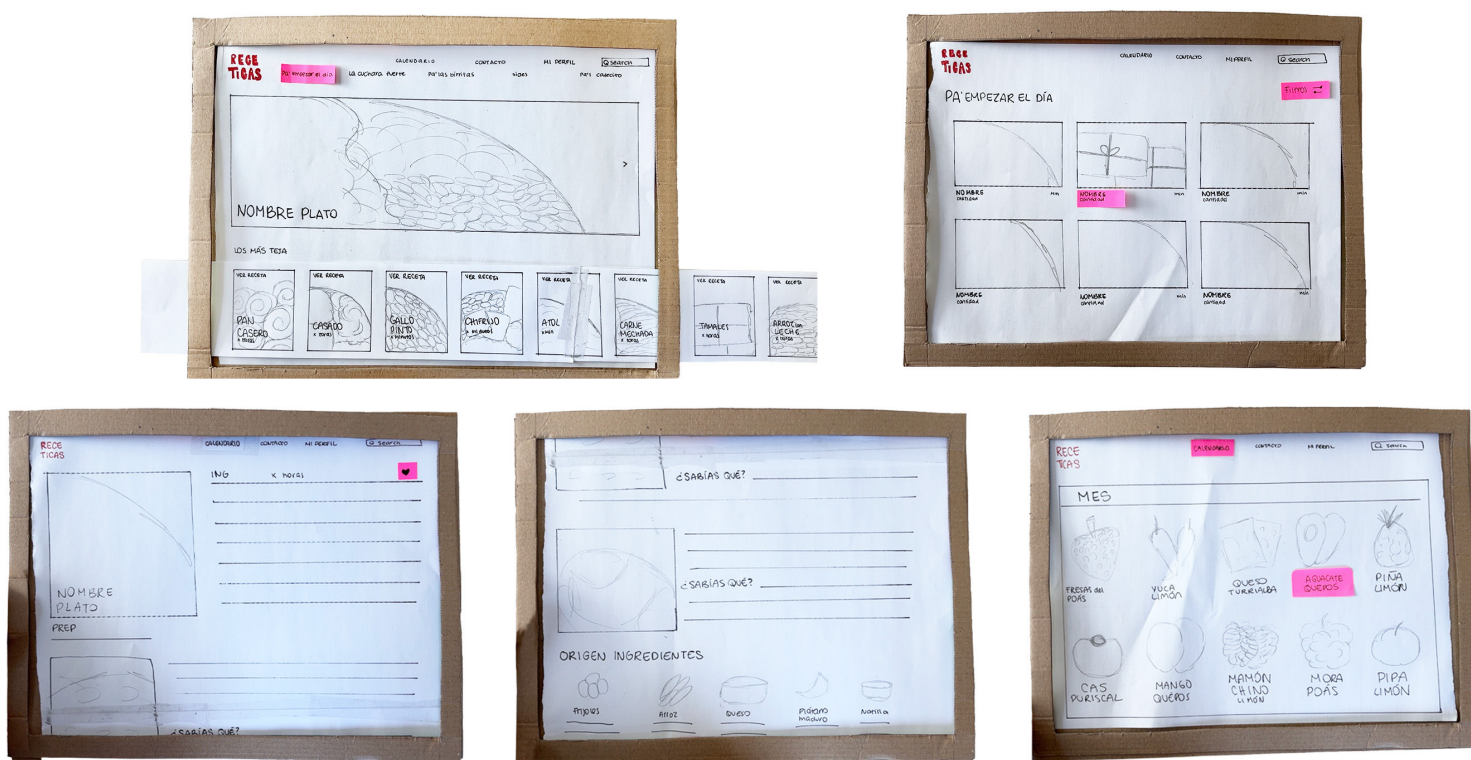


AdobeStock_395902921

Como parte de esta fase, se desarrolla un prototipo a papel con el objetivo de explorar la distribución de contenido, jerarquías visuales y recorridos de navegación antes de pasar al diseño digital de alta fidelidad. Esta etapa permite validar de manera rápida diferentes soluciones de interfaz y comprender cómo interactúa el usuario con las funcionalidades principales de la plataforma.

El prototipo a papel representa las páginas claves del proyecto, como el inicio, categorías de recetas, vista de la receta, perfil del usuario, favoritos, calendario y páginas informativas relacionadas con ingredientes y productores locales.

Figura 12. Prototipo a papel



Fuente. Elaboración propia (2026)

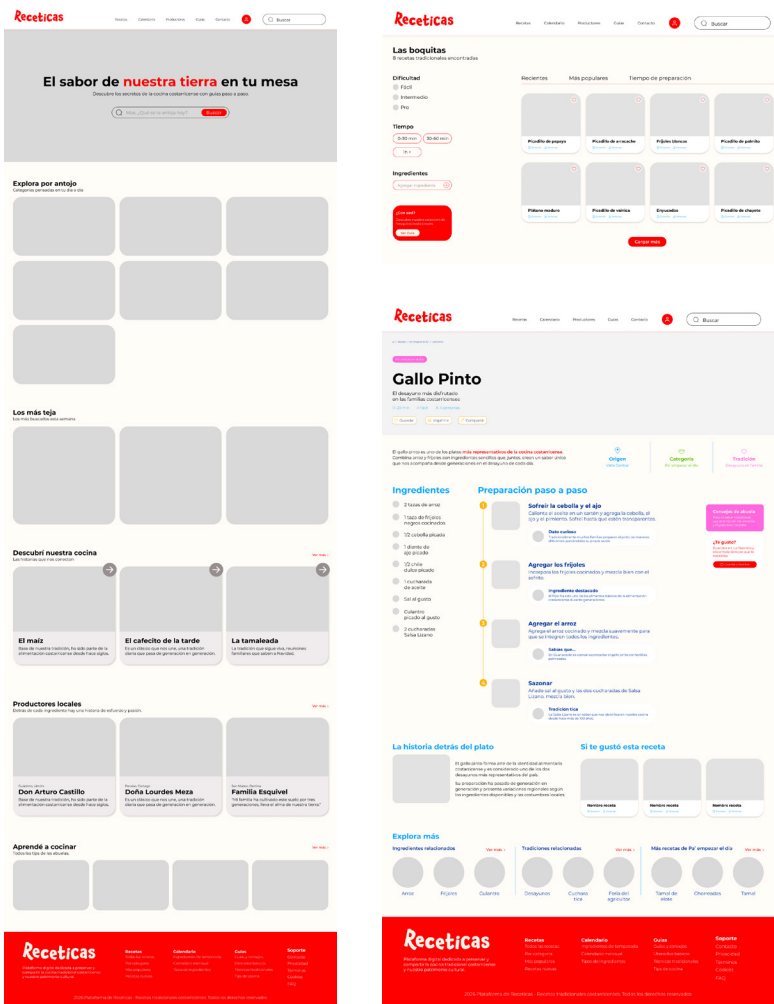
A partir del prototipo a papel, se crean *wireframes*. El diseño busca responder a las necesidades detectadas en la investigación, especialmente en relación con la claridad de las instrucciones, la facilidad de navegación y la organización visual del contenido.

Tras definir la arquitectura de información y el mapa del sitio, se desarrollaron los *wireframes* de las principales pantallas de Receticas.

En esta etapa se estableció la estructura de la interfaz, la distribución de los contenidos y la jerarquía visual, permitiendo definir el recorrido del usuario antes de trabajar el diseño de alta fidelidad.

Los *wireframes* facilitaron la organización de las funcionalidades principales de la plataforma, como la exploración de recetas, la navegación entre secciones y la visualización del proceso de preparación.

Figura 13. Wireframes



Fuente. Elaboración propia (2026)

La propuesta toma en consideración las preferencias estéticas identificadas en el público objetivo, combinando una estética contemporánea y vibrante inspirada en las tradiciones costarricenses con principios de diseño limpio y funcional.

Además, se aplican criterios de diseño inclusivo y lineamientos WCAG con el objetivo de garantizar accesibilidad, legibilidad y facilidad de uso para distintos tipos de usuarios.

6.5 VALIDAR

Una vez creado el prototipo, se llevó a cabo la fase de evaluación con los usuarios, con el fin de identificar posibles mejoras. Se analizan aspectos como la facilidad de uso, comprensión de la información, navegación y percepción del diseño. Esta retroalimentación permite realizar ajustes en la propuesta asegurando que el resultado final sea funcional con las necesidades del usuario.

La validación permitió valorar si el diseño fortalecía el nivel de identificación con la cocina tradicional, que actualmente presenta grados variables de importancia entre los usuarios. El éxito se determinará evaluando si el usuario siente que conocer el origen de los ingredientes y el agricultor, lo motive a cocinar platos tradicionales de forma constante.

Fase Inicial

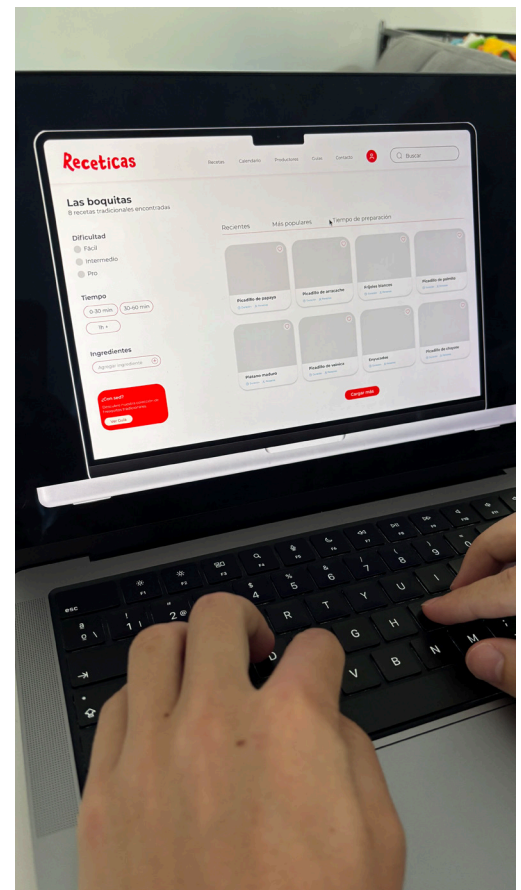
Consistió en presentar la primera versión del prototipo a un usuario del público objetivo. El objetivo fue observar cómo interactuaba con la interfaz, identificar posibles dificultades de navegación y recopilar impresiones sobre la experiencia antes de continuar con el desarrollo del proyecto.

Durante la sesión, se pidió al usuario que realizara tareas representativas, mientras expresaba en voz alta sus pensamientos y percepciones. Esta metodología permitió detectar oportunidades de mejora relacionadas con la claridad de la comprensión de elementos de navegación y la facilidad para completar acciones como buscar una receta, filtros o acceder a la información complementaria.

Estos hallazgos sirvieron para realizar ajustes en el diseño antes de desarrollar la versión final del prototipo, asegurando que las decisiones de diseño respondan a las necesidades de los usuarios.

La validación permitió comprobar si conocer el origen de los ingredientes y la historia de los productores locales contribuía a incrementar el interés de los usuarios por cocinar recetas tradicionales. También, permitió evaluar si la plataforma simplificaba la percepción de recetas consideradas complejas.

Figura 14. Validar fase inicial



Fuente. Elaboración propia (2026)

Versión final

Con el objetivo de evaluar la experiencia de uso y comprobar si la propuesta respondía a las necesidades detectadas durante la investigación, se realizó una validación del prototipo con cuatro usuarios pertenecientes al público objetivo. La prueba consistió en un test de usabilidad basado en tareas, en el que cada participante recibió una serie de acciones específicas que debía completar de manera autónoma utilizando el prototipo interactivo desarrollado en Figma.

Una vez finalizadas las tareas, los participantes respondieron un cuestionario con el fin de conocer su percepción sobre la facilidad de uso, la navegación, la organización del contenido y el valor de la información cultural integrada en la plataforma.

Los resultados obtenidos fueron positivos. En relación con la navegación, el 75% de los participantes calificó con la puntuación máxima la facilidad para desplazarse por la plataforma, mientras que el 25% restante otorgó una valoración de 4 sobre 5. Asimismo, el 100% encontró fácilmente la información que buscaba, lo que evidencia que la arquitectura de información permite localizar los contenidos de forma clara e intuitiva.

La claridad de la interfaz obtuvo una valoración favorable: tres de los cuatro participantes la calificaron con la puntuación máxima y uno con una valoración de 4 sobre 5. Uno de los principales objetivos del proyecto era integrar contenido cultural sin interrumpir la experiencia de cocinar, aspecto que fue validado con éxito, ya que la totalidad de los participantes consideró que los datos culturales enriquecen la experiencia sin distraer del proceso de preparación de las recetas. Todos indicaron que utilizarían una plataforma como Receticas en el futuro.

Las respuestas abiertas permitieron identificar los elementos más valorados de la propuesta. Los participantes destacaron la identidad visual de la plataforma, la facilidad para encontrar recetas tradicionales como elementos diferenciadores que fortalecen la conexión entre la gastronomía, la cultura y la agricultura costarricense. También permitió detectar oportunidades de mejora de diseño. Asimismo, uno de los participantes manifestó no comprender inicialmente la categoría "Cuchara fuerte", lo que llevó a reconsiderar esta denominación.

Figura 15. Tabla tareas prueba

Usuario	Tareas realizadas	Objetivo evaluado
Usuario 1	Buscar la receta de olla de carne, acceder a "Sobre Receticas" y encontrar la receta de tamal de elote.	Navegación general y búsqueda de recetas
Usuario 2	Iniciar sesión, acceder a favoritos, encontrar la receta de Rice and Beans y consultar la guía de olores.	Cuenta de usuario, navegación y guías.
Usuario 3	Encontrar la receta de Picadillo de arracache, consultar utensilios y buscar un productor local.	Recetas, guías y productores.
Usuario 4	Buscar la receta de chifrijo y consultar la temporada de la piña.	Búsqueda de recetas y calendario de temporada.

Fuente. Elaboración propia (2026)



07.

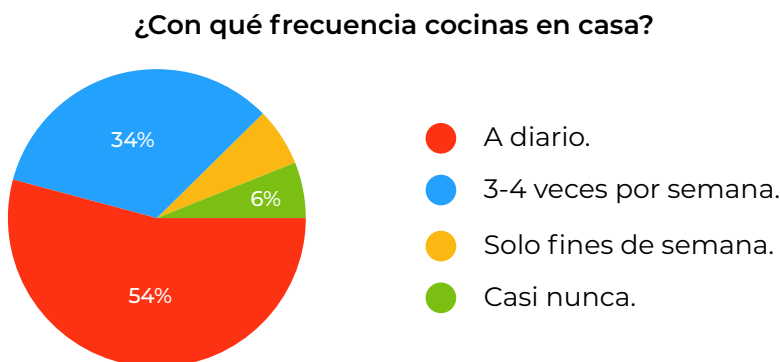
**RESULTADOS
ENCUESTAS**

7.1 ENCUESTAS

Se realizó una encuesta cuantitativa a 50 personas con un rango de edad entre los 18-45 años. Esta refleja una predominancia en la Generación Z (70%), seguida por millennials (30%). Este perfil evidencia una alta predominancia de adultos jóvenes, caracterizados por un estilo de vida activo y una alta exposición a entornos digitales. En cuanto a la ubicación geográfica, el 68% de las personas encuestadas residen en Costa Rica, mientras que un significativo 32% viven en el extranjero, lo que introduce la migración y la posible desconexión con prácticas culturales cotidianas como la cocina tradicional.

En cuanto a los hábitos en la cocina, la mayoría afirma cocinar con regularidad: un 54% lo hace a diario y un 34% entre tres y cuatro veces a la semana. Este hallazgo indica que existe una práctica culinaria activa, lo que refuerza la idea de que el problema no radica en la falta de hábito, sino en la elección y ejecución de las recetas. Además, al analizar las fuentes de información utilizadas para consultar recetas, destaca que un 58% recurre a familiares, frente a un menor uso de plataformas digitales como TikTok (20%).

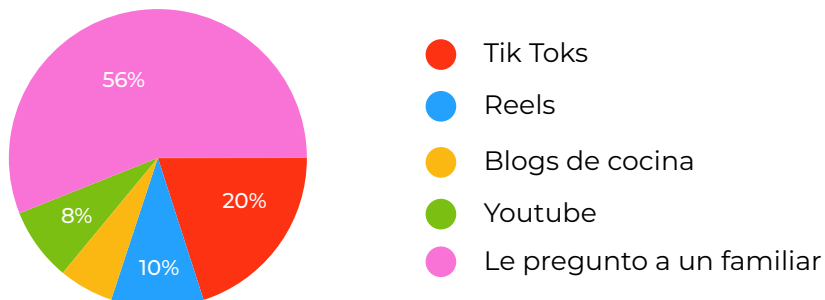
Figura 16. Frecuencia cocinar en casa.



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 17. Principal fuente de información.

Cuando buscas una receta tica en internet, ¿cuál es tu principal fuente de información?



Fuente. Elaboración propia (2026)

Se realizó una encuesta cuantitativa a 50 personas con un rango de edad entre los 18-45 años. Esta refleja una predominancia en la Generación Z (70%), seguida por millennials (30%). Este perfil evidencia una alta predominancia de adultos jóvenes, caracterizados por un estilo de vida activo y una alta exposición a entornos digitales.

En cuanto a la ubicación geográfica, el 68% de las personas encuestadas residen en Costa Rica, mientras que un significativo 32% viven en el extranjero, lo que introduce la migración y la posible desconexión con prácticas culturales cotidianas como la cocina tradicional.

Figura 18. Frustración al cocinar algo nuevo

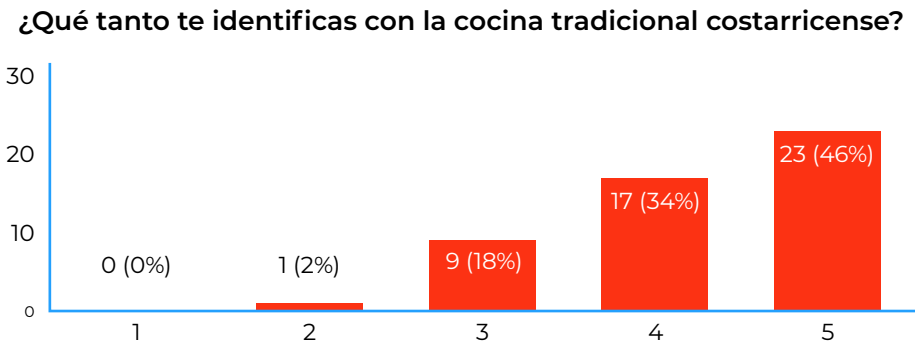


Fuente. Elaboración propia (2026)

En términos de conexión cultural, se observa un alto nivel de identificación con la cocina tradicional costarricense, con un 80% de respuestas ubicadas en los niveles más altos de la escala (4 y 5). Sin embargo, esta conexión no se traduce necesariamente en una práctica frecuente. La principal razón para no cocinar estos platos con mayor regularidad es la percepción de que requiere

demasiado tiempo (62%), seguida por la falta de conocimiento (22%). Este hallazgo refleja una brecha entre el interés cultural y la viabilidad práctica. Esta necesidad se abordó mediante indicadores visibles de duración ubicados en la parte superior de cada receta.

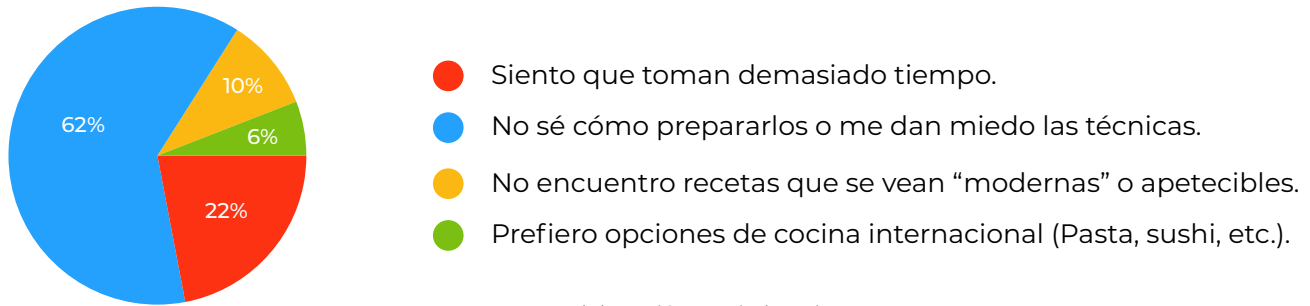
Figura 19. Identificación con cocina tradicional costarricense



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 20. Razón no cocinar platos tradicionales costarricenses

¿Cuál es la principal razón por la que no cocinas platos tradicionales costarricenses con más frecuencia?



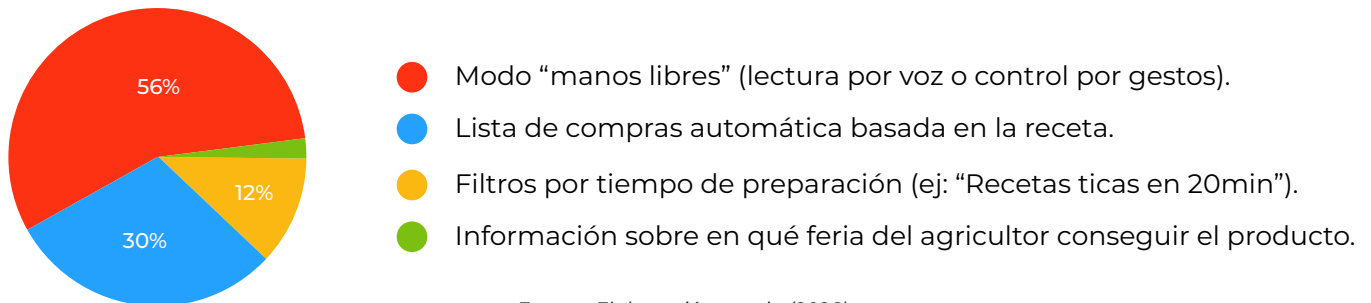
Fuente. Elaboración propia (2026)

En relación con las funcionalidades esperadas en una plataforma digital de cocina, destacaron los filtros por tiempo de preparación (56%) y la generación automática de listas de compra (30%), seguidos por opciones como el modo manos libres (12%). Estos resultados evidencian una clara preferencia por herramientas que optimicen el tiempo y simplifiquen la planificación, reforzando la necesidad de soluciones centradas en la eficiencia.

Se incorpora un sistema de filtrado visible en la parte superior de la pantalla de inicio, permitiendo seleccionar recetas según el tiempo disponible antes de acceder a ellas. En cuanto a la estética visual, el 46% se inclina por un estilo vibrante y colorido, que haga referencia a la tradición de Costa Rica. Esto indica una preferencia por una identidad visual dinámica y contemporánea, que se aleje de representaciones excesivamente tradicionales.

Figura 21. Funciones salvavidas

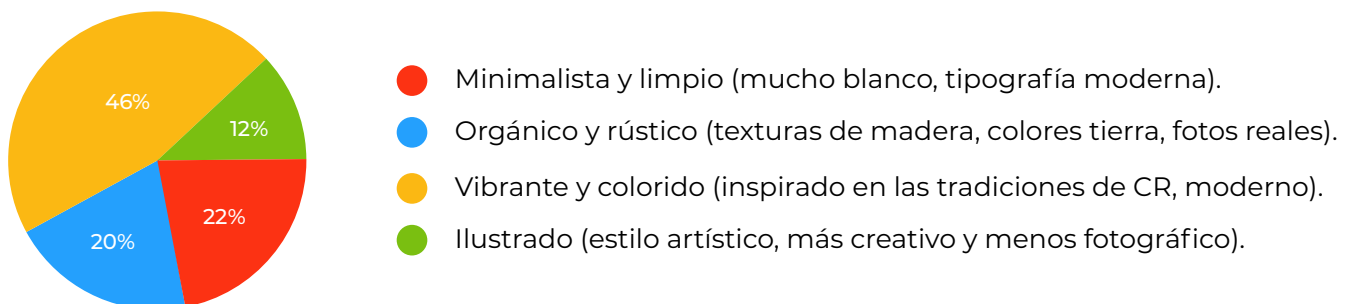
Al usar un sitio web de cocina, ¿qué funciones considerarías “salvavidas”?



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 22. Estilo Visual

En cuanto a la estética, ¿qué estilo visual te trae más para una plataforma de este tipo?



Fuente. Elaboración propia (2026)

Finalmente, al explorar el valor agregado que motivaría el uso constante de una aplicación de este tipo, se destacan funcionalidades como calendarios de temporada (66%), recetas basadas en el aprovechamiento de sobras (60%) y modos de uso práctico como las manos libres (52%).

Asimismo, la principal motivación para utilizar una plataforma frente a buscadores o redes sociales es la posibilidad de guardar recetas (72%), lo que evidencia una necesidad de organización y personalización en la experiencia culinaria. Se implementa un botón de “guardar” en cada receta, permitiendo crear una colección personalizada accesible desde el perfil del usuario.

Figura 23. Utilidad

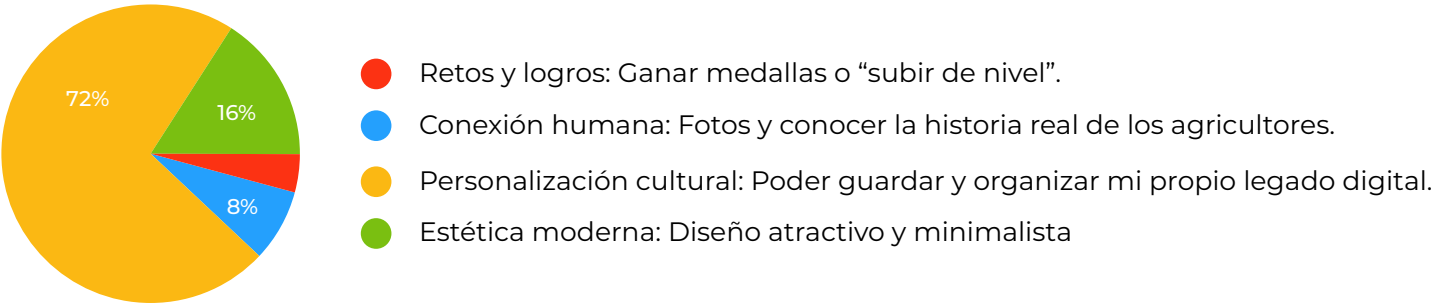
Más allá de la receta, ¿qué funcionalidades harían que esta plataforma fuera realmente útil en tu día a día?



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 24. Estilo Visual

¿Qué te motivaría a usar esta app de forma constante en lugar de solo buscar en Google o redes sociales?



Fuente. Elaboración propia (2026)

Los resultados permiten concluir que existe un alto interés por la cocina tradicional costarricense, pero mediado por barreras relacionadas con el tiempo, la complejidad y la accesibilidad.

En este sentido, se prioriza la simplificación de procesos, la adaptabilidad de las recetas y la optimización de la experiencia de usuario, más allá de centrarse únicamente en la preservación cultural.

7.2 VALIDAR

Figura 25. Navegación plataforma

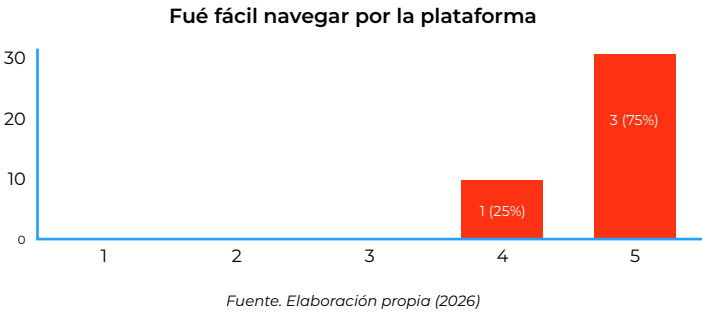


Figura 26. Información

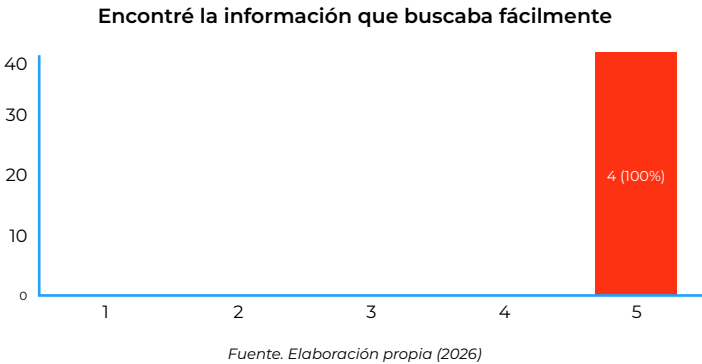


Figura 27. Claridad

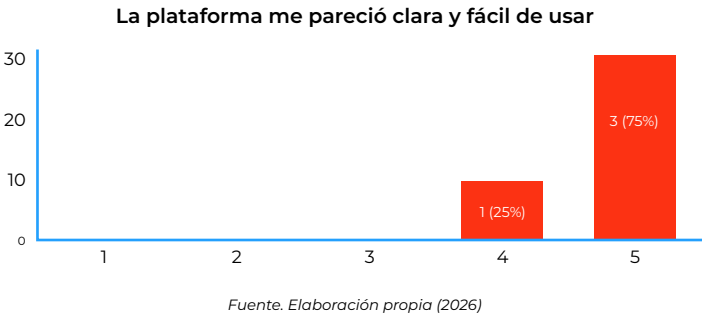


Figura 28. Datos culturales

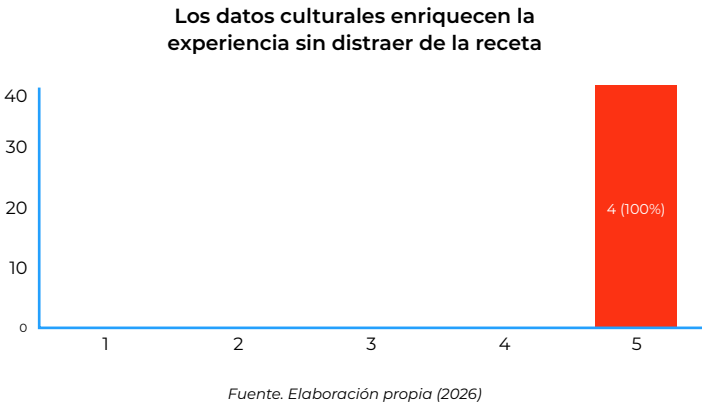


Figura 29. Recetas

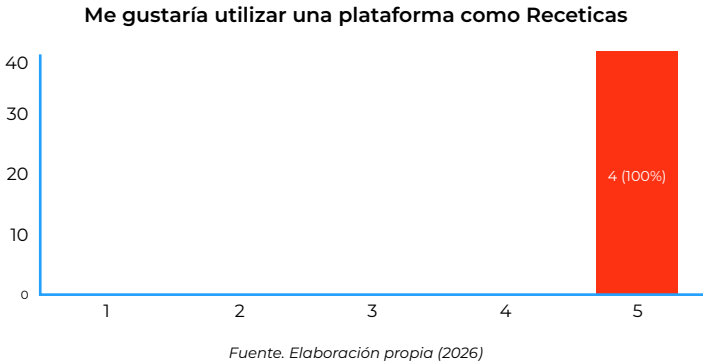


Figura 30. Opinión

¿Qué fue lo que más te gustó?

- El visual design me parece muy acertado, moderno y llamativo.
- Una plataforma para que no se pierdan las costumbres de Costa Rica con recetas fáciles de seguir y encontrar
 - Los datos curiosos y consejos de la abuela le dan ese detalle unico que agrega mucho valor
- Ver los productores y saber datos de donde provienen los productos y su impacto en nuestra receta

Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 31. Dificultades

¿Qué fue lo más difícil de encontrar?

- Nada
- Realmente nada fue difícil de encontrar, conforme la iba usando iba describiendo mas cosas que tenía la plataforma
 - Los platos principales, no entendí "la cuchara fuerte"
 - No se me dificultó encontrar nada

Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 32. Mejoras

¿Qué mejorarías?

- En el footer no hay suficiente contraste y cuesta leer los textos. El hover de los botones podría ser más notorio
- Haría la letra del menu de recetas mas grande ya que en mi dispositivo era difícil de leer
- Perfecta
- Nada

Fuente. Elaboración propia (2026)

08.

**IDENTIDAD
DE MARCA**

8.1 LOGO

El diseño del logotipo de Receticas busca reflejar una identidad visual cercana, contemporánea y culturalmente conectada con la gastronomía costarricense. La propuesta se aleja de representaciones tradicionales rígidas o folclóricas, apostando por un sistema visual más dinámico, accesible y alineado con el público objetivo del proyecto.

A nivel tipográfico, se utiliza la tipografía Chaloops que contiene formas orgánicas, curvas y de apariencia manual que transmiten calidez, cercanía y espontaneidad. Esta construcción visual permite reforzar el carácter humano y cotidiano de la cocina tradicional, generando una sensación amigable y menos intimidante para el usuario.

La composición del logotipo mantiene una estructura compacta y flexible que facilita su adaptación a diferentes formatos digitales, como aplicaciones móviles, redes sociales y plataformas web.

En cuanto al color, se utiliza un tono rojo vibrante como elemento principal de identidad. Este color busca transmitir energía, dinamismo y cercanía, además de generar alto impacto visual dentro de entornos digitales y plataformas sociales. Su aplicación también refuerza el carácter expresivo y juvenil de la marca, alineándose con la propuesta visual contemporánea.

Figura 33. Bocetos Logo



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 34. Logo

Fuente. Elaboración propia (2026)

Como parte del sistema de identidad visual, también se desarrolló una variación horizontal del logotipo, pensada para aplicaciones cuadradas.

Figura 35. Logo secundario



Recetas

Fuente. Elaboración propia (2026)

8.2 TAMAÑOS MÍNIMOS

Los tamaños mínimos establecen las dimensiones más pequeñas en las que el logotipo puede reproducirse sin comprometer su legibilidad y reconocimiento. Estos se definen de manera diferenciada para soportes digitales e impresos, garantizando una correcta visualización y manteniendo la integridad de la identidad visual de la marca en cualquier aplicación.

Figura 36. Tamaños mínimos



Fuente. Elaboración propia (2026)

8.3 ÁREA DE RESPIRO

La zona de seguridad mínima se establece a partir de la altura de la letra **"R"** del logotipo. Este espacio libre debe mantenerse alrededor de toda la marca para garantizar su correcta visibilidad, legibilidad e impacto visual. Ningún elemento gráfico, tipográfico o fotográfico debe invadir esta área, asegurando que el logotipo conserve su protagonismo y reconocimiento en cualquier aplicación.

Figura 37. Área de respiro



Fuente. Elaboración propia (2026)

8.4 USOS INCORRECTOS

Para garantizar la coherencia y el reconocimiento de la identidad visual, el logotipo debe utilizarse siempre respetando sus características originales. No está permitido modificar sus colores, rotarlo, deformar sus proporciones ni sustituir la tipografía que forma parte de la marca.

Figura 38. Usos incorrectos

Receticas^x

Cambiar los colores. En excepción al color crema.

Receticas^x

Rotar el logo.

Receticas^x

Deformar el logo.

RECETICAS^x

Cambiar la tipografía del logo.

Fuente. Elaboración propia (2026)

8.5 PALETA DE COLOR

La paleta cromática se desarrolló a partir de una reinterpretación contemporánea de los colores asociados a la cultura visual costarricense. La selección cromática busca transmitir una identidad vibrante, cercana y dinámica, alineada con los resultados de la investigación, donde una parte significativa de los usuarios manifestó preferencia por una estética colorida vinculada a la tradición costarricense.

La paleta principal está compuesta por colores saturados y de alta visibilidad, utilizados para aportar personalidad, reconocimiento e impacto visual dentro de la interfaz. Los tonos cálidos como el rojo y el amarillo transmiten energía, cercanía y dinamismo, mientras que colores como el azul y el verde refuerzan la conexión con elementos naturales presentes en el contexto costarricense. El uso del rosa introduce un componente contemporáneo y diferenciador, permitiendo equilibrar la propuesta visual con un enfoque más fresco y juvenil.

La paleta secundaria funciona como un apoyo visual y sistema complementario dentro de la interfaz. Estos tonos poseen una menor saturación o mayor profundidad cromática, permitiendo generar contraste, jerarquía y equilibrio visual en diferentes contextos de uso. Su aplicación está orientada a elementos de apoyo, estados interactivos, fondos o variaciones dentro del sitio web.

Se incorpora un tono neutro claro que actúa como base visual de la interfaz, facilitando la legibilidad y evitando la

saturación cromática. Este equilibrio entre colores vibrantes y tonos neutros permite construir una experiencia visual dinámica sin comprometer la claridad y accesibilidad de la plataforma.

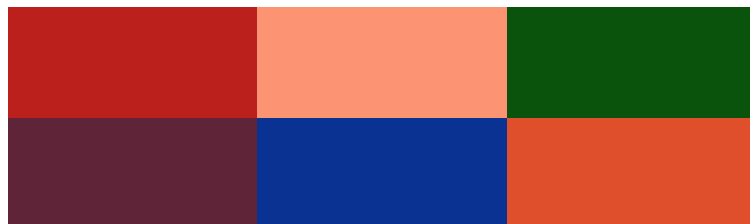
Toda la paleta cromática busca reflejar una visión contemporánea de la gastronomía costarricense, alejándose de representaciones tradicionales rígidas y proponiendo una identidad visual más fresca, accesible y alineada con el público objetivo del proyecto.

Figura 39. Paleta de color principal



Fuente. Elaboración propia (2026)

Figura 40. Paleta de color secundaria



Fuente. Elaboración propia (2026)

8.6 TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica **Montserrat** fue seleccionada por su alta legibilidad, geometría equilibrada y carácter contemporáneo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Regular

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black

8.7 PATRONES

Los patrones de la marca se inspiran en los elementos decorativos presentes en las tradicionales carretas de Sarchí, reconocidas como uno de los símbolos más representativos de la cultura costarricense. Estas formas fueron reinterpretadas mediante un lenguaje visual minimalista y contemporáneo, conservando su esencia cultural mientras se adaptan a las necesidades de una identidad digital moderna.

Figura 41. Patrones

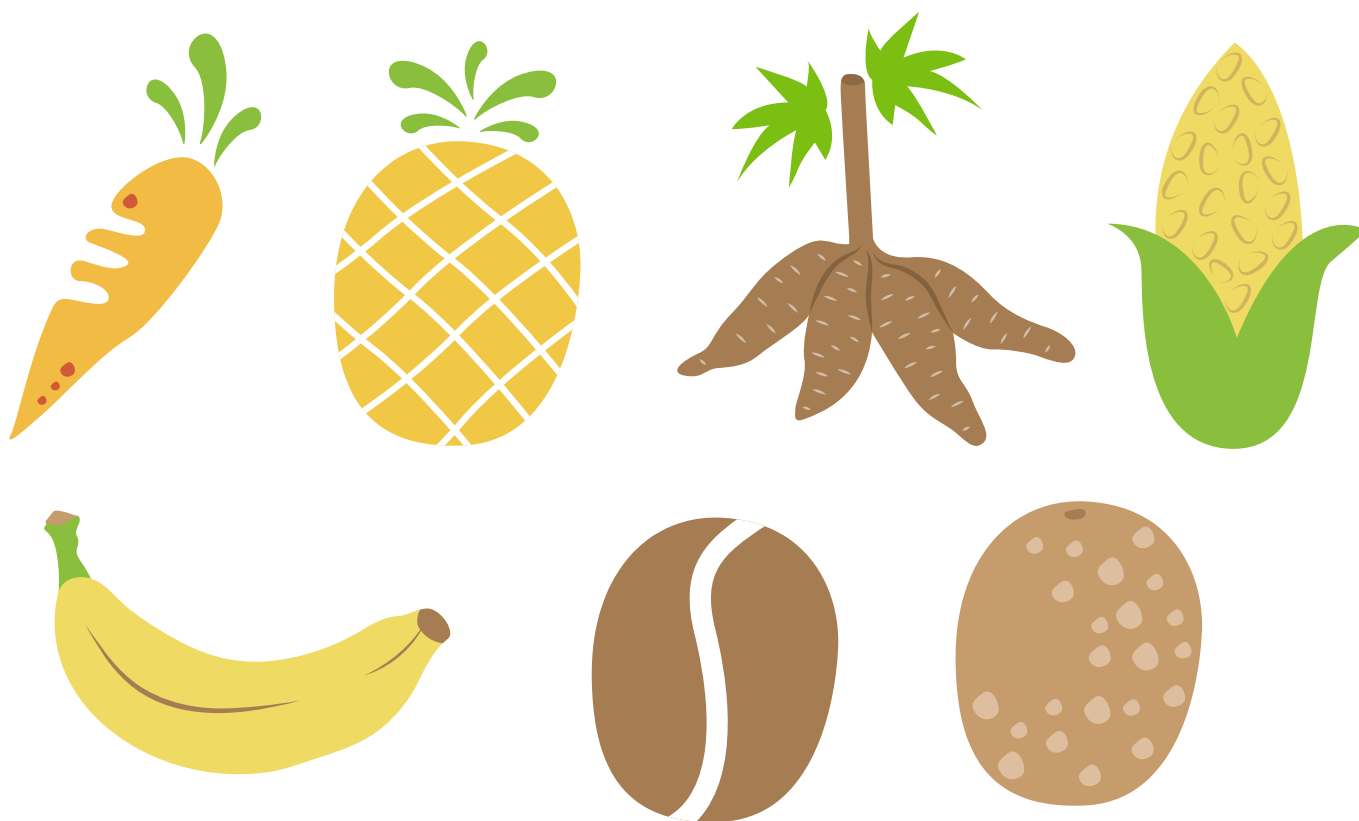


Fuente. Elaboración propia (2026)

8.8 ILUSTRACIONES

Se desarrollan ilustraciones de ingredientes representativos de la gastronomía costarricense, como yuca, banano, piña, zanahoria, papa, elote y café. Estas piezas ilustradas funcionan como un recurso visual identitario dentro de la plataforma, aportando coherencia estética y reforzando la conexión cultural del proyecto.

Figura 42. Ilustraciones



Fuente. Elaboración propia (2026)

8.9 UI KIT

A través del UI Kit se facilita el proceso de prototipado, al proporcionar un sistema de componentes reutilizables, coherentes y previamente definidos. Esto permite construir interfaces de forma más eficiente, manteniendo consistencia visual y funcional en toda la plataforma.

El UI Kit actúa como una base estructural del diseño, reduciendo tiempos de iteración y asegurando que las decisiones de diseño se mantengan alineadas con la identidad visual y los principios de experiencia de usuario del proyecto.

Botón Primario

Ver Receta

Botón Secundario

Guardar

Buscador

Buscar

Íconos



Header

Receticas

Recetas

Calendario

Productores

Guías

Contacto



Buscar

Etiquetas

Tradicional

Fácil

Cena

Utensilios

Card



Footer

Receticas

Plataforma digital dedicada a preservar y compartir la cocina tradicional costarricense y nuestro patrimonio cultural.

Recetas

Todas las recetas
Por categoría
Más populares
Recetas nuevas

Calendario

Ingredientes de temporada
Calendario mensual
Tipos de ingredientes

Guías

Guías y consejos
Utensilios básicos
Técnicas tradicionales
Tips de cocina

Soporte

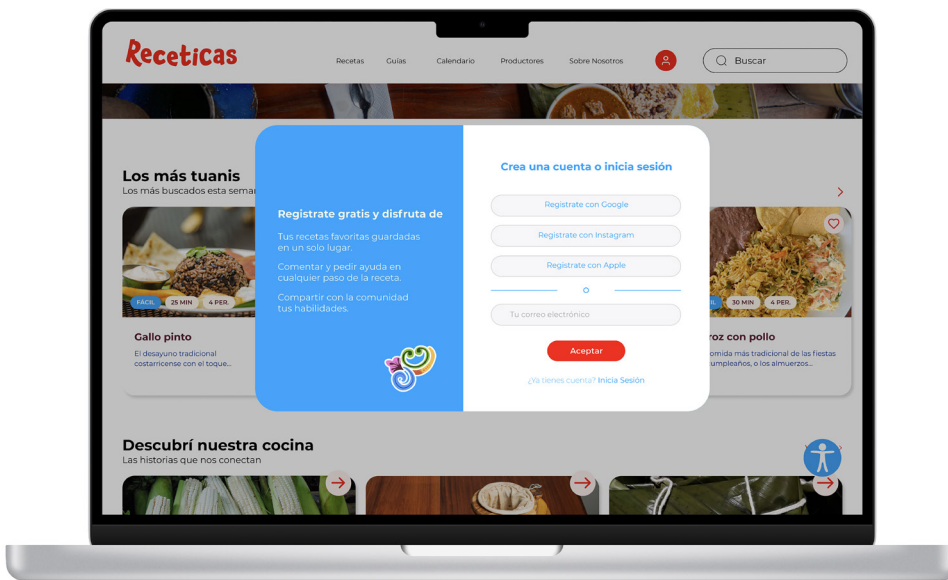
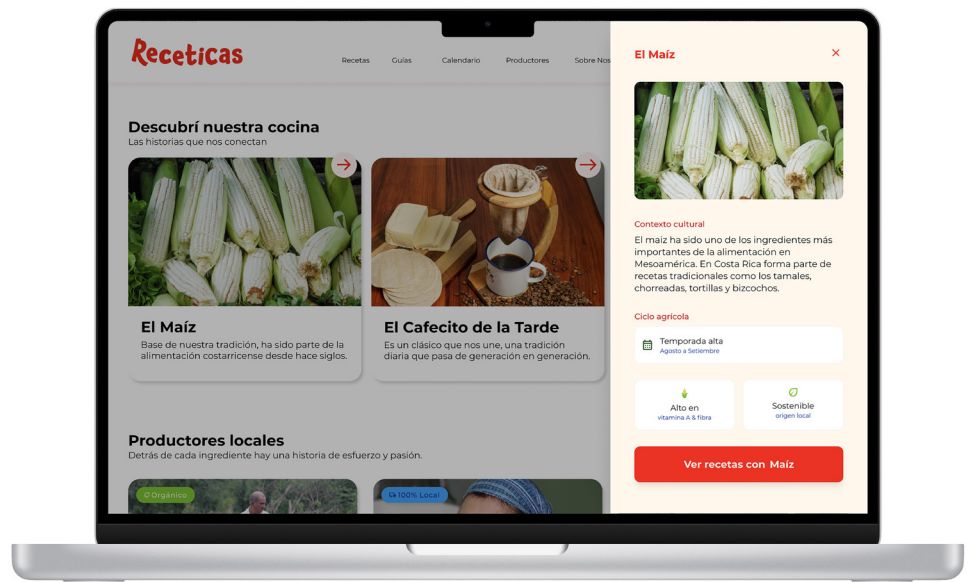
Contacto
Privacidad
Términos
Cookies
FAQ

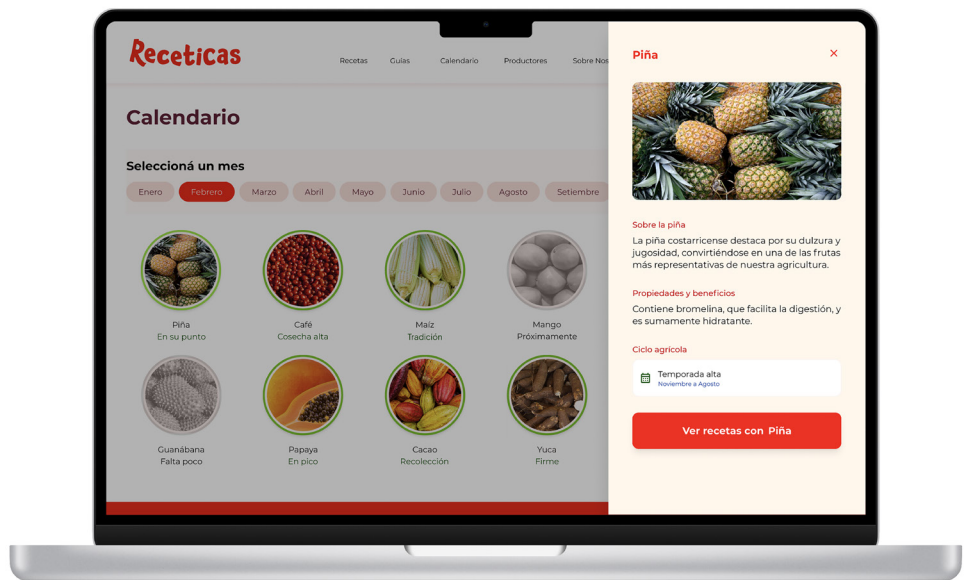
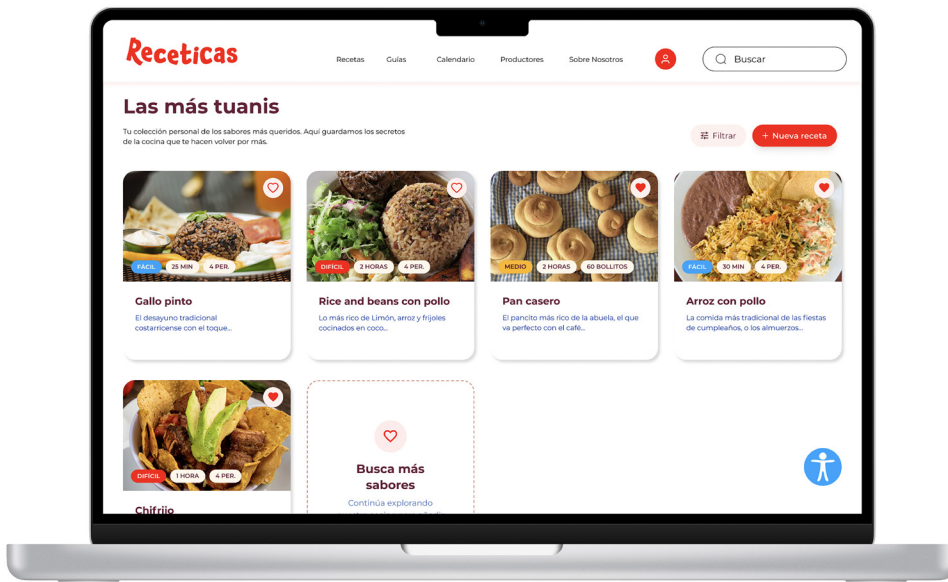
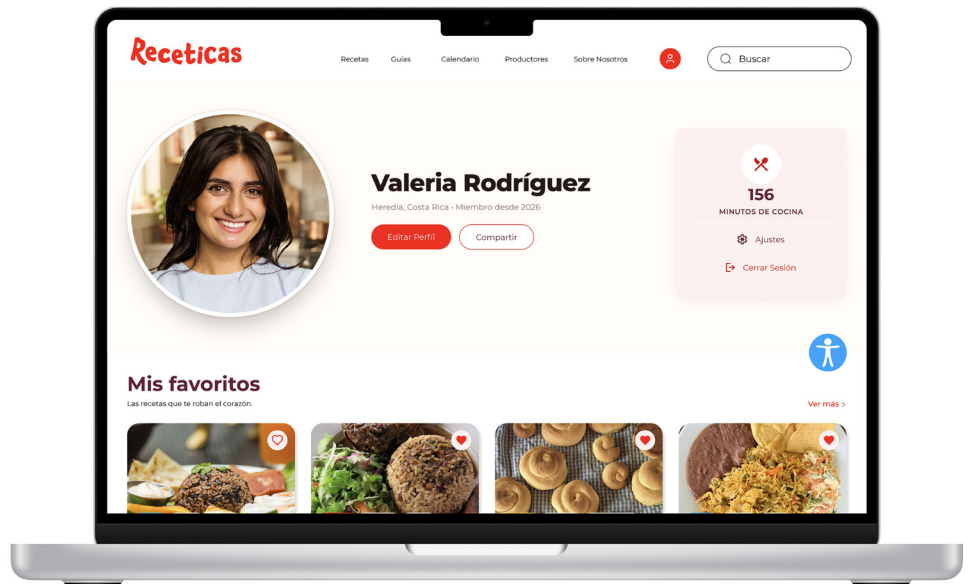
2026 Plataforma de Receticas - Recetas tradicionales costarricenses. Todos los derechos reservados

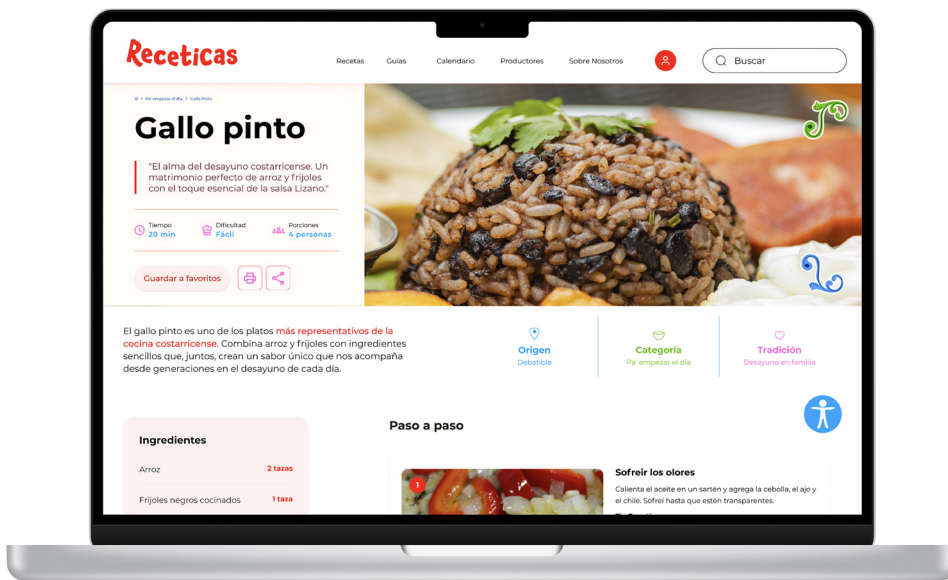
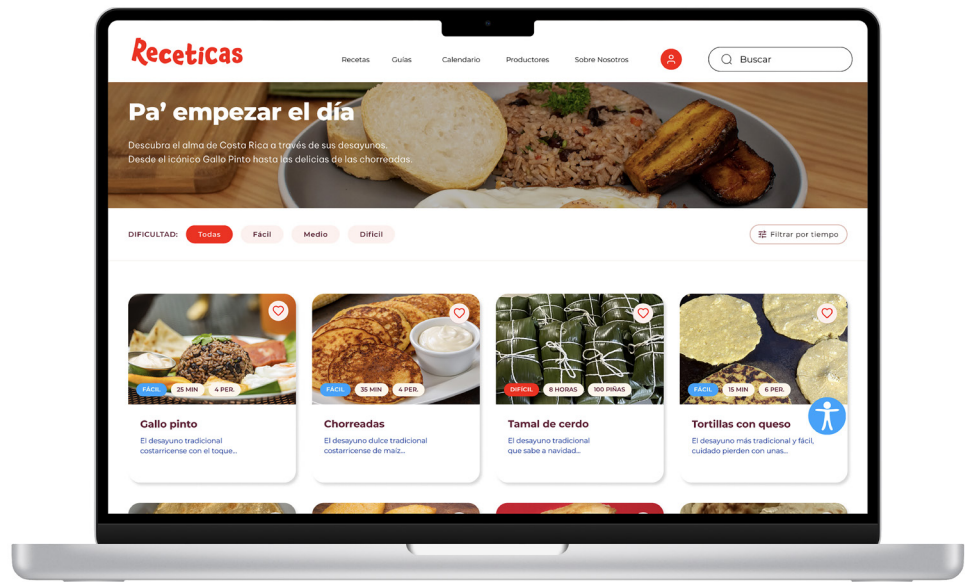
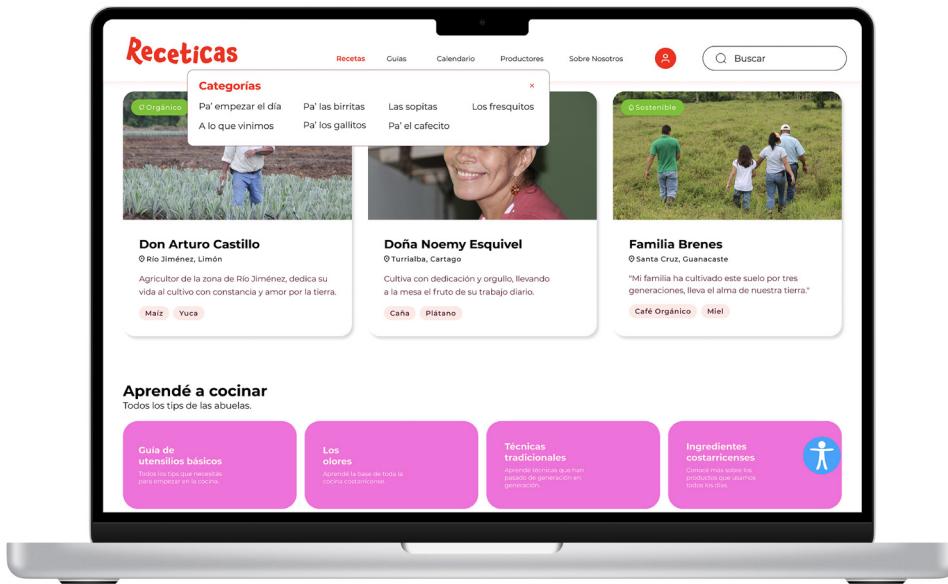
09.

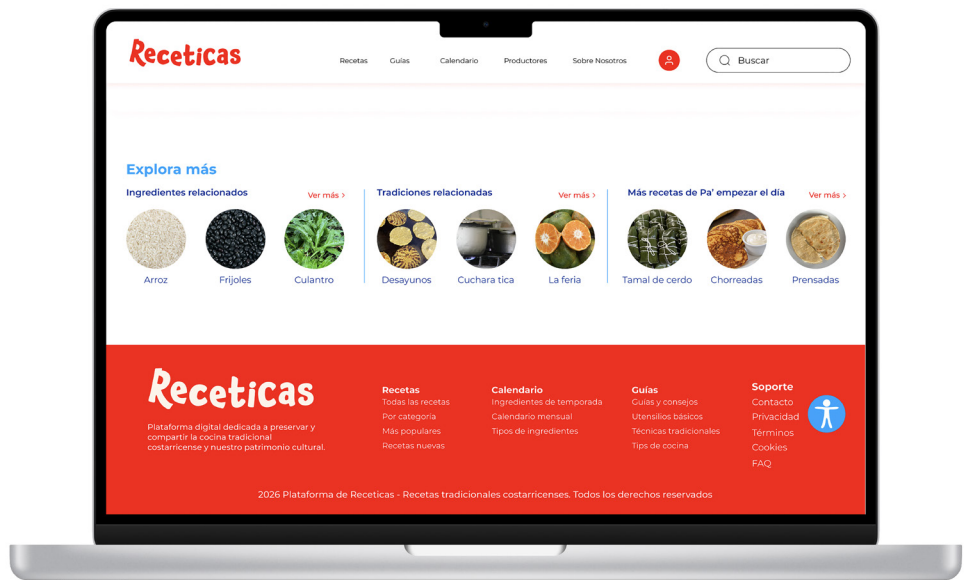
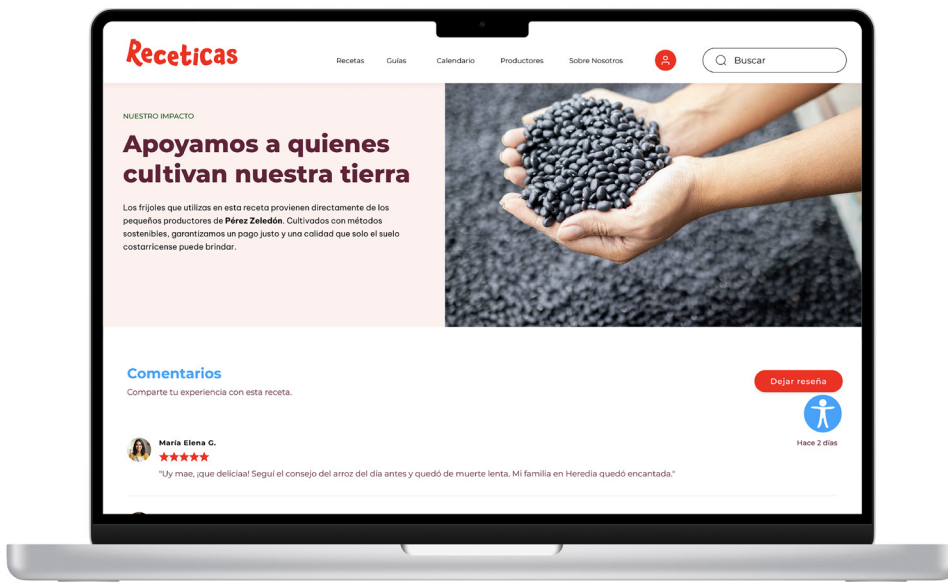
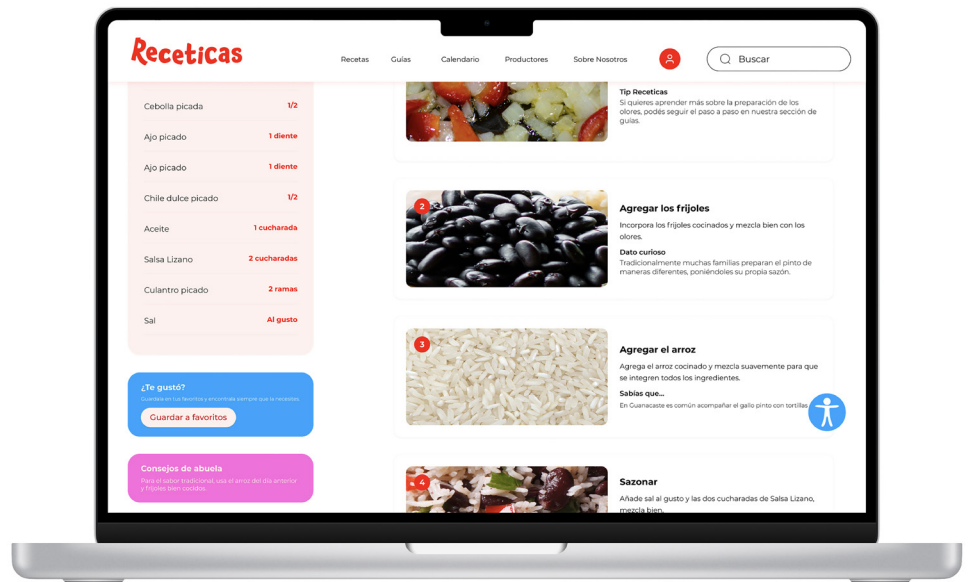
PROTOTIPO

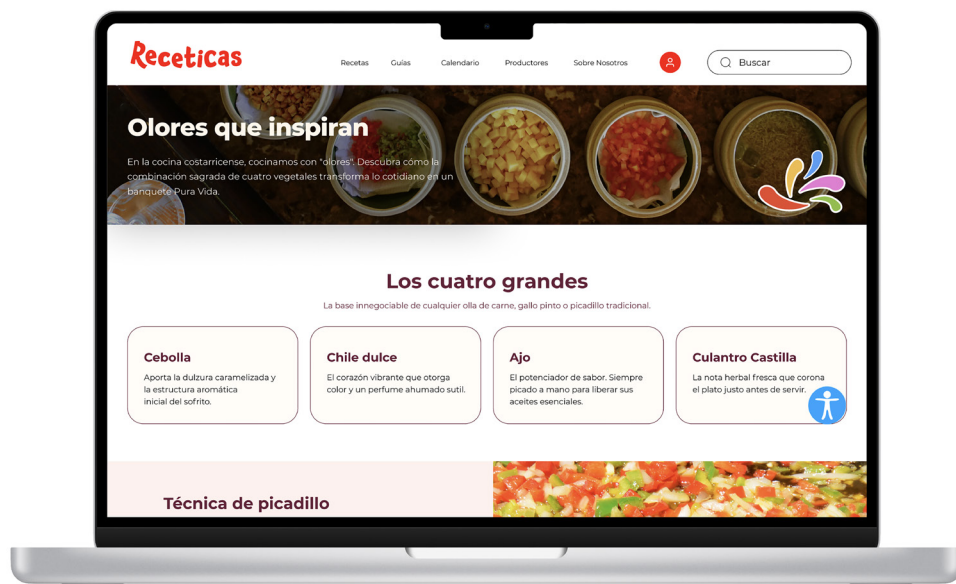
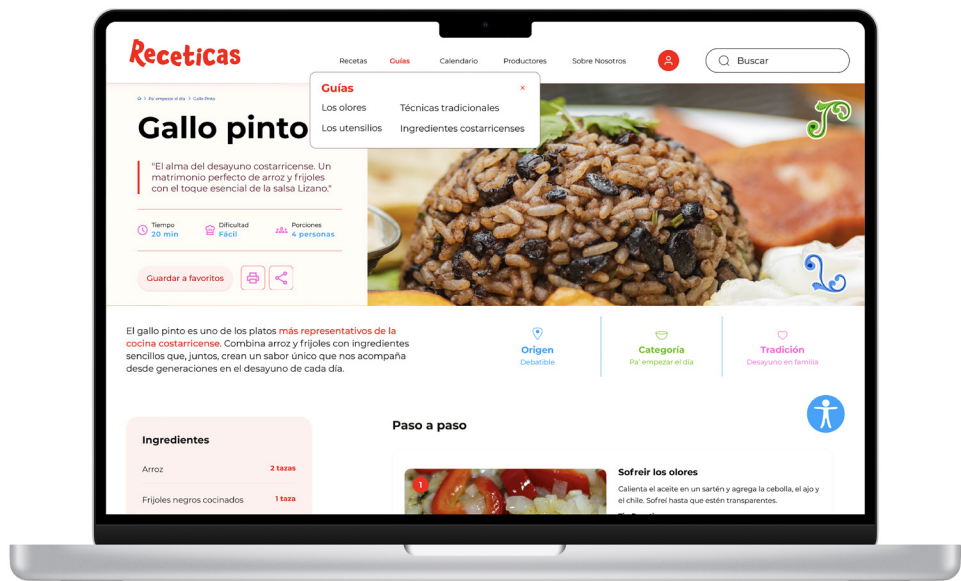
https://www.figma.com/design/ldmR
Gg8yVIO9c6WitC34xP/Receticas?nod
e-id=6-2&t=0T0kM0Hw0AkmoY7L-1

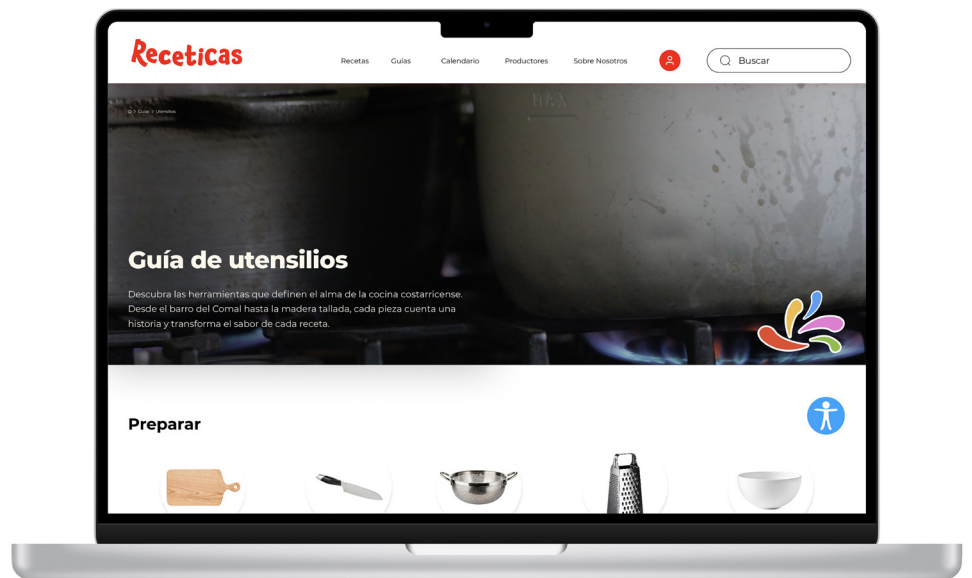
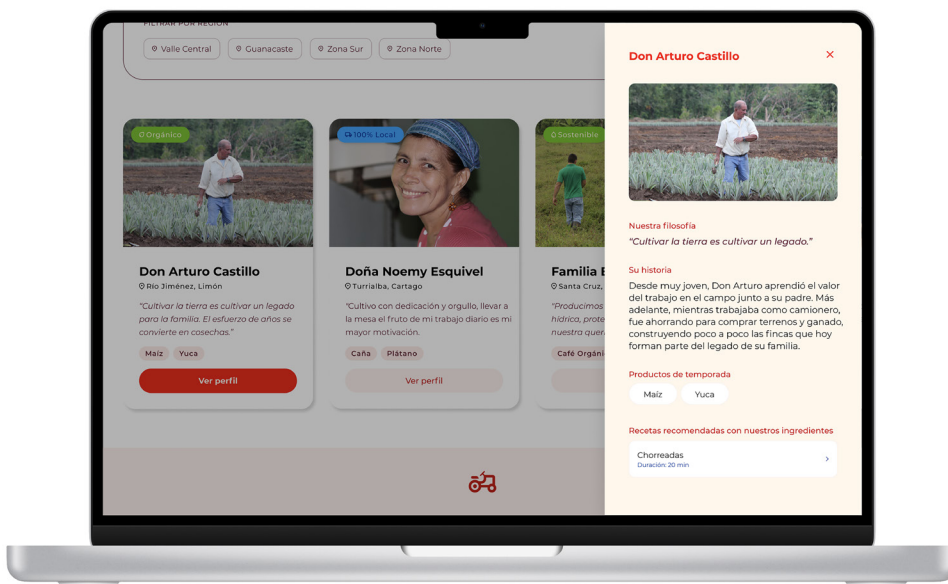
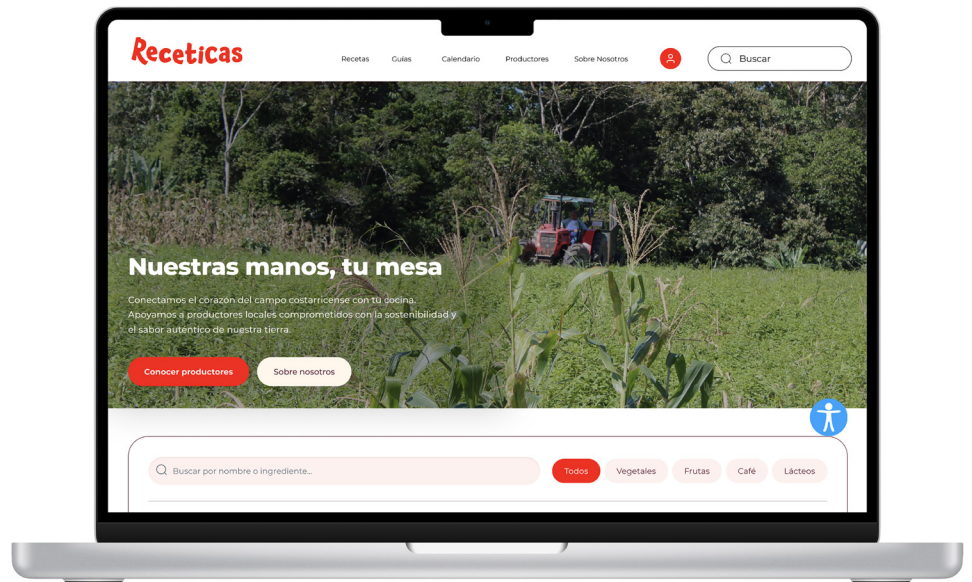












10.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos a lo largo de la investigación evidencian que la gastronomía tradicional costarricense continúa siendo reconocida por los participantes como un elemento importante de la identidad cultural del país. Sin embargo, también se identificó una brecha entre la valoración simbólica de este patrimonio y su práctica cotidiana, especialmente entre los usuarios más jóvenes. Esta situación coincide con lo señalado por Sedó Masis (2015), quien destaca que la cocina tradicional constituye una expresión del patrimonio cultural que transmite conocimientos, costumbres y formas de vida vinculadas a la historia y la identidad de las comunidades. No obstante, los cambios sociales, tecnológicos y en los hábitos de consumo han modificado la manera en que estos conocimientos son transmitidos y apropiados por las nuevas generaciones.

Los hallazgos muestran que, aunque existe interés por conocer y preparar recetas tradicionales, muchos usuarios perciben dificultades relacionadas con el tiempo disponible, la complejidad de algunas preparaciones y la falta de acceso a información organizada y accesible. Estos resultados sugieren que el problema no es necesariamente en una falta de interés por la gastronomía tradicional, sino en la ausencia de herramientas que faciliten su incorporación dentro de los estilos de vida contemporáneos. En este sentido, la investigación respalda la necesidad de desarrollar soluciones digitales que permitan adaptar la transmisión de estos conocimientos a los hábitos actuales de consumo de información.

Desde la perspectiva del patrimonio cultural, los resultados refuerzan la importancia de las plataformas digitales como espacios complementarios para la preservación y difusión de conocimientos tradicionales. Diversos estudios recientes sobre patrimonio cultural digital señalan que las tecnologías digitales pueden contribuir a la conservación, accesibilidad y democratización del patrimonio, permitiendo que nuevas audiencias interactúen con contenidos culturales de manera más cercana y significativa (Lian & Xie, 2024; Zhang & Xu, 2024). En el caso específico de la gastronomía tradicional costarricense, una plataforma digital puede convertirse en una herramienta de mediación cultural capaz de conectar el conocimiento culinario heredado con las dinámicas de aprendizaje actuales.

Por otra parte, los resultados obtenidos durante la investigación también evidencian la relevancia de la experiencia de usuario como factor determinante para la adopción de plataformas digitales relacionadas con contenidos culturales. Los participantes manifestaron preferencia por sistemas de navegación claros, contenido visual de apoyo, procesos simplificados y estructuras de información organizadas. Estas necesidades coinciden con los principios del diseño centrado en las personas propuestos por la norma ISO 9241-210 (2019), así como con los planteamientos de Norman (2013), quien señala que los productos digitales deben diseñarse considerando las capacidades, expectativas y comportamientos reales de los usuarios.

Asimismo, la fase de ideación permitió identificar que los usuarios no buscan únicamente acceder a recetas, sino también comprender el contexto cultural que las rodea. Este hallazgo resulta particularmente relevante para el proyecto, ya que confirma que la gastronomía puede funcionar como un punto de entrada para el aprendizaje cultural y la construcción de identidad. De esta manera, la propuesta desarrollada trasciende la función práctica de un recetario digital y se posiciona como una herramienta de difusión patrimonial que combina información culinaria, contexto cultural y experiencia de usuario.

En relación con la identidad visual desarrollada para la plataforma, las decisiones de branding buscaron equilibrar elementos tradicionales y contemporáneos con el fin de generar una conexión efectiva con el público objetivo. La incorporación de referencias visuales inspiradas en las carretas de Sarchí, reinterpretadas mediante un lenguaje gráfico minimalista, responde a la necesidad de representar la identidad cultural costarricense sin recurrir a estéticas excesivamente folklóricas o desactualizadas. Esta aproximación coincide con los planteamientos de Kapferer (2012) y Aaker (1996), quienes señalan que las marcas culturales contemporáneas deben construir significados relevantes para sus audiencias sin perder autenticidad.

Finalmente, los resultados obtenidos permiten concluir que existe una oportunidad para utilizar el diseño digital como herramienta de preservación cultural. La combinación de investigación centrada en el usuario, principios de experiencia de usuario y contenidos patrimoniales posibilita la creación de soluciones que no solo satisfacen necesidades funcionales, sino que también contribuyen a mantener vigentes conocimientos y prácticas culturales que forman parte de la identidad costarricense. En este sentido, el proyecto demuestra cómo el diseño gráfico y el diseño de experiencia de usuario pueden desempeñar un papel activo en la difusión y valorización del patrimonio gastronómico, generando nuevas formas de conexión entre tradición, tecnología y cultura.



AdobeStock_449204117

11.

LIMITACIONES

El estudio presenta una serie de limitaciones que deben considerarse al interpretar los resultados obtenidos y las conclusiones derivadas del proceso de diseño.

La investigación se basa en las respuestas de 50 participantes que completaron la encuesta durante el período de recolección de datos establecido para el proyecto. Aunque esta cantidad permite identificar tendencias, comportamientos y necesidades relevantes para el desarrollo de la propuesta, los resultados representan únicamente las percepciones de las personas que participaron voluntariamente en el estudio y no pueden considerarse representativos de la totalidad de la población costarricense.

La composición de la muestra presenta una mayor participación de usuarios pertenecientes a la Generación Z y millennials, lo cual coincide con el público objetivo definido para el proyecto. Sin embargo, esto implica que otros grupos etarios pueden estar menos representados dentro de los resultados obtenidos, por lo que futuras investigaciones podrían ampliar la participación de diferentes segmentos de edad para obtener una visión más amplia de la relación entre las personas y la gastronomía tradicional costarricense.

Otra limitación está relacionada con la naturaleza autodeclarada de los datos recopilados. Las respuestas obtenidas reflejan experiencias, hábitos y percepciones expresadas por los participantes, por lo que pueden verse influenciadas por factores subjetivos, errores de memoria o interpretaciones personales de las preguntas planteadas.

También debe considerarse que la encuesta se centró principalmente en comprender la relación de los usuarios con las recetas tradicionales y las plataformas digitales, por lo que no profundizó en otros factores que podrían influir en los hábitos de cocina, como variables socioeconómicas, disponibilidad de ingredientes según la región o dinámicas familiares específicas.

Debido al alcance y al tiempo disponible para el desarrollo del Trabajo Final de Máster, la validación de la propuesta se realizó dentro de un contexto controlado y en una etapa concreta del proceso de diseño. Si bien esta evaluación permitió identificar oportunidades de mejora y verificar el cumplimiento de los objetivos planteados, futuras investigaciones podrían incorporar una muestra más amplia y pruebas de uso prolongadas para analizar el comportamiento de los usuarios en contextos reales.

A pesar de estas limitaciones, los resultados obtenidos aportan información relevante para comprender las necesidades, motivaciones y expectativas del público objetivo. Los hallazgos permitieron identificar problemáticas concretas relacionadas con el acceso a recetas tradicionales, la organización de la información y la experiencia de usuario, proporcionando una base sólida para fundamentar las decisiones de diseño desarrolladas en el proyecto.

12.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar una propuesta de diseño para una plataforma digital orientada a la preservación y difusión de la gastronomía tradicional costarricense mediante una experiencia de usuario accesible, intuitiva y adaptada a los hábitos digitales actuales. Los resultados obtenidos evidencian que, aunque la cocina tradicional continúa siendo valorada como parte importante de la identidad cultural del país, existen factores como la falta de tiempo, los cambios en los hábitos de consumo de información y la disminución de la transmisión familiar de conocimientos culinarios que dificultan su práctica cotidiana.

A partir de la aplicación de la metodología Design Thinking, fue posible identificar las necesidades de los usuarios y transformarlas en soluciones de diseño que integran funcionalidad, accesibilidad y contenido cultural. La propuesta desarrollada demuestra que las herramientas digitales pueden contribuir a acercar el patrimonio gastronómico a nuevas generaciones mediante formatos visuales, organizados e interactivos, favoreciendo tanto el aprendizaje como la difusión de estos conocimientos.

El proyecto pone de manifiesto el potencial del diseño gráfico y la experiencia de usuario como herramientas para la preservación cultural. La identidad visual y la estructura de la plataforma fueron concebidas para generar una experiencia coherente con los valores de la gastronomía tradicional costarricense, combinando elementos culturales con una estética contemporánea adaptada al entorno digital.

En conclusión, la propuesta desarrollada representa una aproximación al uso del diseño como medio para conectar cultura, tecnología y patrimonio, contribuyendo a mantener vigentes conocimientos culinarios que forman parte de la identidad y la memoria colectiva de Costa Rica. Como línea futura de trabajo, se recomienda continuar con la implementación y validación de la plataforma con usuarios reales para evaluar su impacto y explorar nuevas oportunidades de desarrollo.



*Francisco Brenes,
2010.*

13.

BIBLIOGRAFÍA

Aaker, D. A. (1996). Building strong brands. Free Press.

Banco Central de Costa Rica. (2025). *Producto interno bruto por actividad económica*. <https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCatCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=2986>

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84–92.

Capece, S., Chivăran, C., Giugliano, G., Nappi, M. L., Buono, M., & Giusto, R. M. (2024). Advanced systems and technologies for the enhancement of user experience in cultural spaces. Heritage Science, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40494-024-01186-5>

Downie, A. (s. f.). Pensamiento de diseño. IBM. <https://www.ibm.com/es-es/think/topics/design-thinking>

Ferreira, M., & Venturelli, S. (2022). The human-centered design and the challenges for human-computer interaction from ISO 9241-210:2019. DAT Journal, 7(2), 120–136.

Frascara, J. (2004). Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social. Ediciones Infinito.

Gordon, W. J. J. (1961). Synectics: *The development of creative capacity*

He, T. L., & Qin, F. (2024). Exploring how the metaverse of cultural heritage influences users' intentions to experience offline. Heritage Science, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40494-024-01315-0>

International Organization for Standardization. (2019). Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems (ISO 9241-210:2019).

Kapferer, J.-N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking (5th ed.). Kogan Page.

Lian, Y., & Xie, J. (2024). The evolution of digital cultural heritage research: Identifying key trends, hotspots, and challenges through bibliometric analysis. Sustainability, 16(16), 7125. <https://doi.org/10.3390/su16167125>

Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations. Sustainability, 13(22), 12531. <https://doi.org/10.3390/su132212531>

Lupton, E. (2014). Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, editores, teóricos y estudiantes. Gustavo Gili.

Manzini, E. (2015). Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. MIT Press.

Michalko, M. (2006). Thinkertoys

Ministerio de Cultura y Juventud [Ministerio de Cultura y Juventud]. (2020). Cocinas del Bicentenario de Costa Rica del Siglo XX al Siglo XXI (Primera edición) [Recurso electrónico]. https://www.patrimonio.go.cr/biblioteca_digital/publicaciones/2020/Cocinas%20del%20Bicentenario%202020.pdf

Müller-Brockmann, J. (2012). Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores gráficos en el papel y en la pantalla. Gustavo Gili.

Norman, D. A. (2013). The design of everyday things (Revised and expanded ed.). Basic Books.

Osborn, A. F. (1953). Applied Imagination

Rosenfeld, L., Morville, P., & Arango, J. (2015). Information architecture for the web and beyond (4th ed.). O'Reilly Media.

Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA). (2025). Boletín estadístico agropecuario: Otra perspectiva del sector (Edición N.º35). Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). <https://www.infoagro.go.cr/wp-content/uploads/2025/09/BEA35.pdf>

Sedó Masis, P. (2015). Un acercamiento a la esencia de la cocina patrimonial de Costa Rica. Revista Herencia, 28(2), 81–92.

UNESCO. (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://ich.unesco.org/es/convencion>

Zhang, J., & Xu, C. (2024). A grounded theory-based model of information communication in cultural heritage digital reading on social media. Heritage Science, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40494-024-01313-2>

Zheng, F., Wu, S., Liu, R., Zhang, X., & Wang, Y. (2024). What influences user continuous intention of digital museum? Evidence from cultural heritage digital platforms. Heritage Science, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40494-024-01365-4>

Imágenes

Las imágenes utilizadas tanto en la memoria como en el prototipo provienen de Adobe Stock, Pexels y de elaboración propia.

IA

La inteligencia artificial se utilizó como herramienta de apoyo para la corrección ortográfica. Se empleó para la generación de las imágenes de la sección "Gallitos" del prototipo.